



SAVE THE DATE  
**5 ET 6 DÉCEMBRE 2023**

1<sup>RE</sup> ÉDITION  
**DES SOLUTIONS CONCRÈTES  
POUR AGIR**

PALAIS DES PAPES – AVIGNON  


**#EnTransition**

# LE FORUM RÉGIONAL DU TOURISME RESPONSABLE ET DE L'ÉCOTOURISME

UN ÉVÈNEMENT ORGANISÉ PAR



PARCS NATURELS RÉGIONAUX  
de Provence-Alpes-Côte d'Azur

EN PARTENARIAT AVEC



VAUCLUSE  
PROVENCE  
Attractivité



**De la conception de son offre à la promotion : comment structurer sa stratégie globale de marketing responsable ?**

**16h – 17h15**





## POUR S'INSPIRER



Le site de la communication responsable  
Agence de la Transition écologique



[Accueil](#) [Fondamentaux](#) [Nouveaux récits](#) [Marketing et publicité](#) [Edition](#) [Numérique](#) [Événementiel](#) [Audiovisuel](#) [Ressources](#)

### Pour une communication sensible aux enjeux de la transition écologique

Ce site dédié aux professionnels de la communication vous aidera à intégrer les enjeux de transitions écologique et sociale dans vos activités en vous donnant accès - en complément du Guide de la communication responsable - à des ressources, des outils, des méthodes d'action et d'auto-évaluation des démarches de communication responsable.



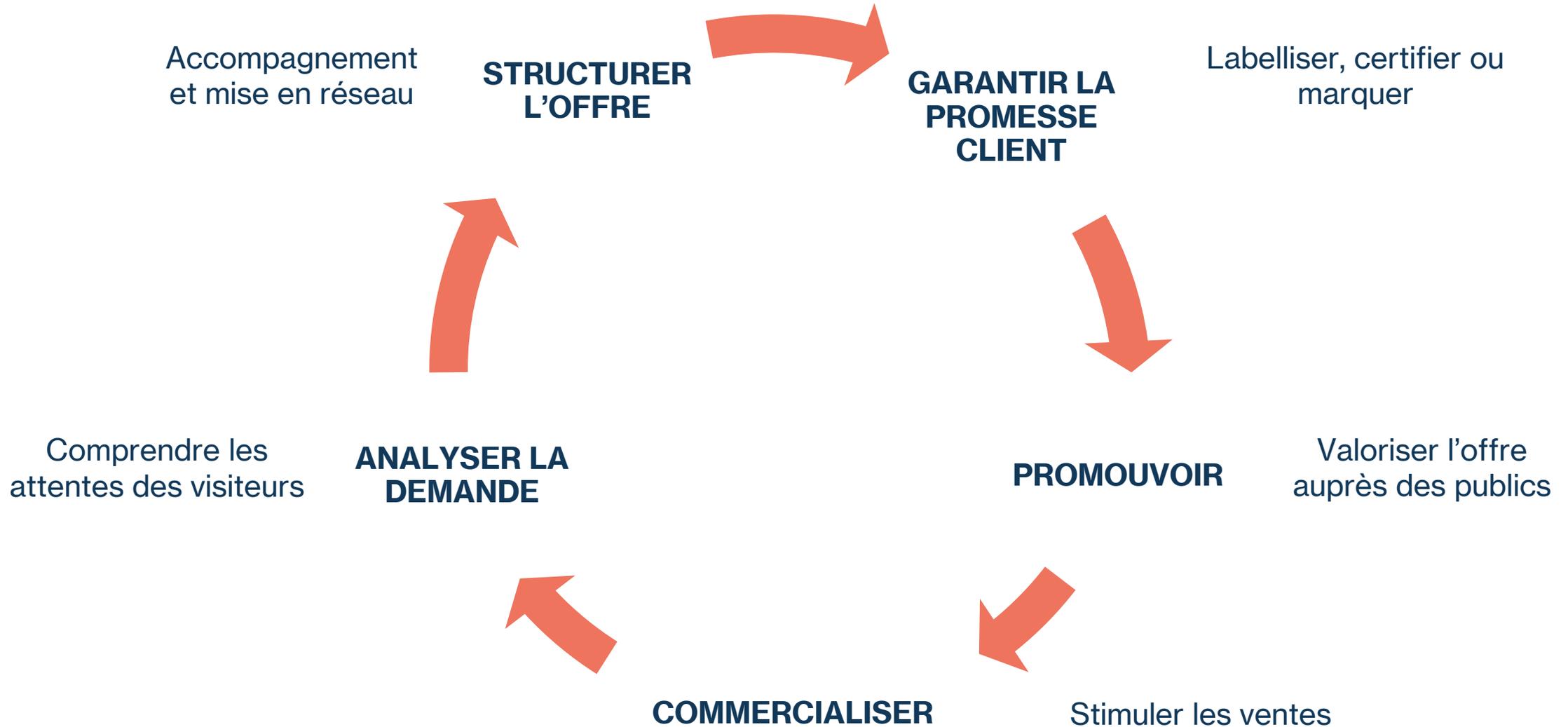
### Un enjeu environnemental et sociétal

La responsabilité, la sincérité et la transparence sont au cœur de la démarche de communication responsable. Découvrez les enjeux, les fondamentaux, les avantages et le panorama des acteurs engagés pour faire de votre communication un facteur de compétitivité et d'innovation tout en réduisant vos impacts environnementaux.

[La communication responsable, qu'est-ce que c'est ?](#) →



# POUR AGIR EFFICACEMENT





# POUR EN PARLER



Mathias MAGEN

Chargé de mission tourisme - Parc national des Ecrins



Sébastien MERIGOUT  
Fondateur - Planet Nudge



Sarah LE PELLEY

Chargée de communication - CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur



Franck DELAHAYE  
Directeur - Destination Luberon



**Mathias MAGEN**  
Chargé de mission tourisme  
PARC NATIONAL DES ECRINS



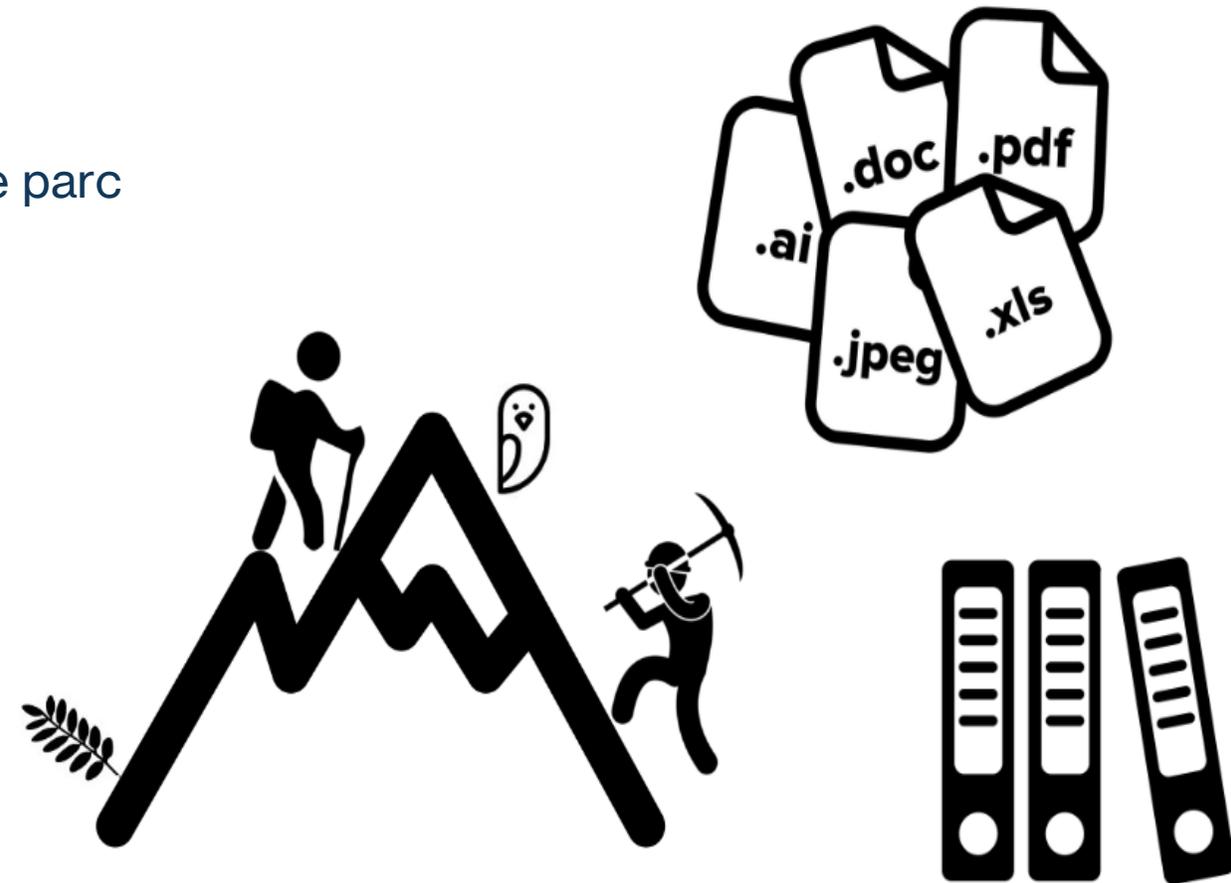


# Geotrek, un outil numérique au service des activités de pleine nature



# 2011 : PROJET DE BASE DE DONNÉES

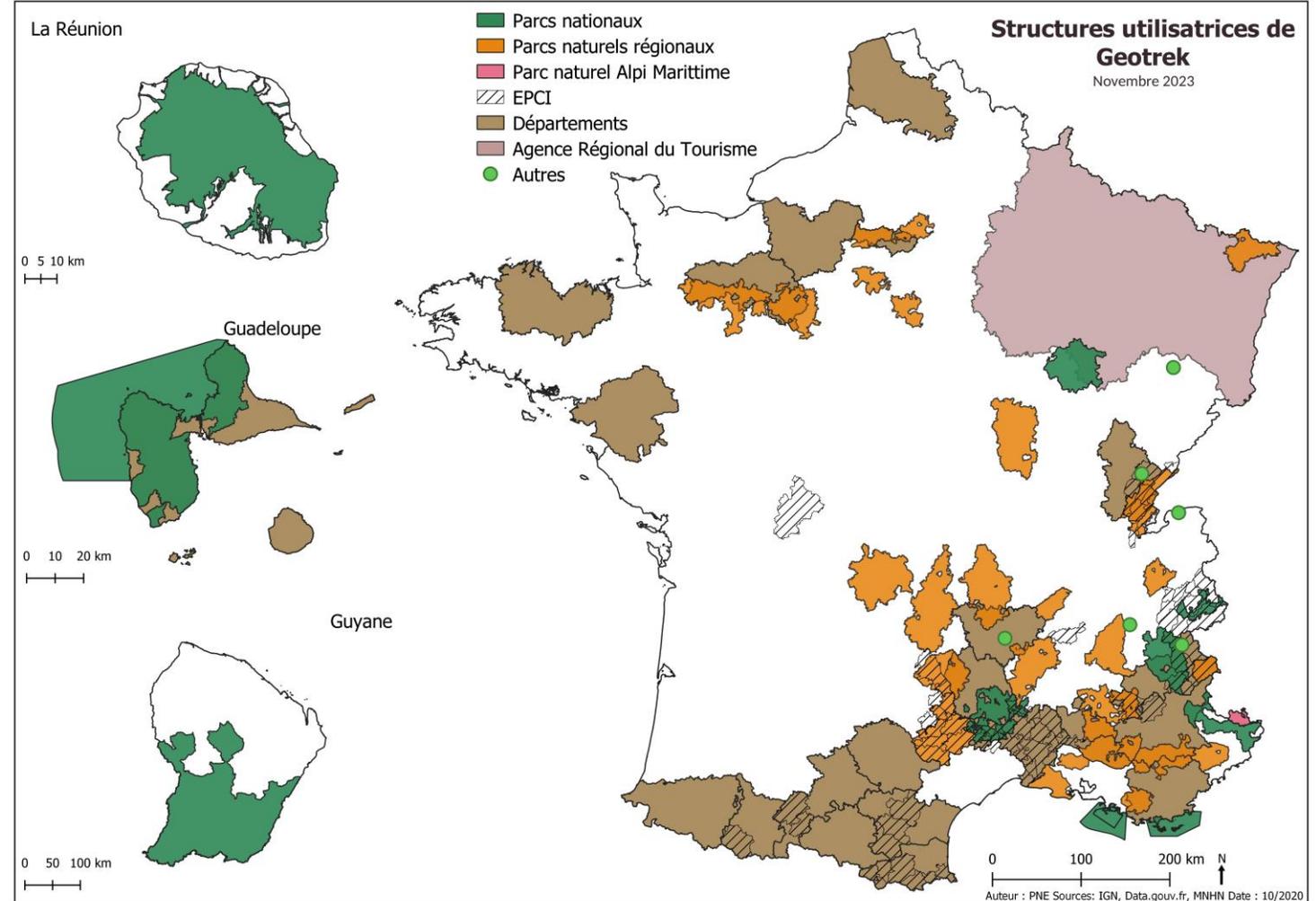
- Qualifier et promouvoir une offre de randonnée écotouristique
- Améliorer la gestion du réseau de sentiers, géré par le parc national
- Éduquer les visiteurs à l'environnement et partager la connaissance scientifique
- Créer des partenariats avec les acteurs du territoire
- Soutenir les activités économiques



# UN MOYEN DE MUTUALISATION : L'OPEN SOURCE



# PLUS DE 150 STRUCTURES DANS LA COMMUNAUTÉ

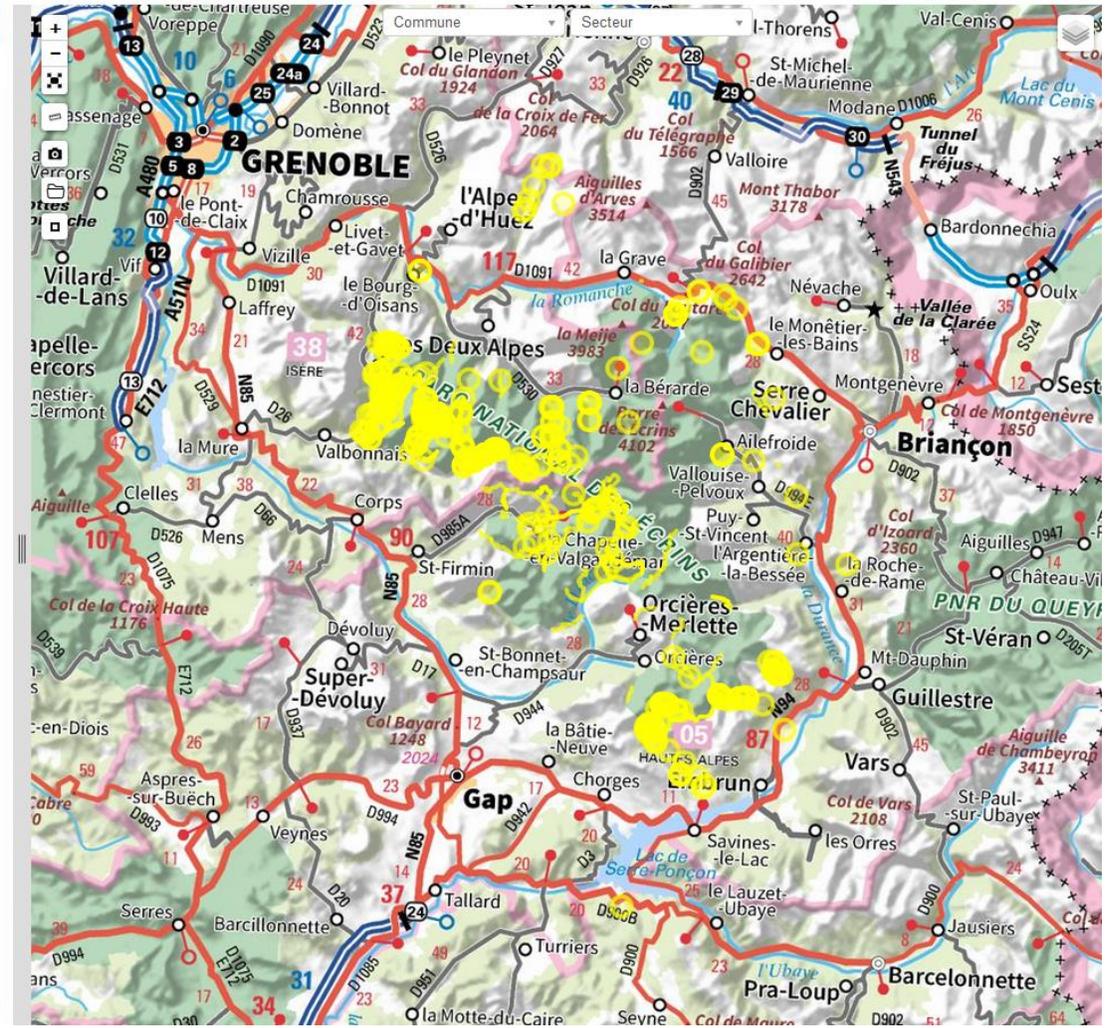


# UN OUTIL DE GESTION DES SENTIERS (GEOTREK-ADMIN)

Liste 683

+ Ajouter une intervention

Nom	Date	Type	Sur	Statut	Enjeu
Ouverture du sentier des Sou...	14/08/2013	B00----ASSISE DU SENTIER	Tronçons	Terminée	Fort
Création passerelle	01/07/2008	L04-Construction passerelle ...	Passerelle de Clapouse	Terminée	Faible
Refection	21/08/2012	L06-Réfection passerelle exist...	Passerelle de Clapouse	Terminée	Faible
60101- Entraigues - Lac Gary	26/11/2013	A01-Mise en service sentier a...	Tronçons	Terminée	Modéré
Confolens le haut	01/12/2013	I05-Entretien Signalétique	53411- Confolens le haut	Souhaitée	Modéré
Poteau+flèche	01/12/2013	I05-Entretien Signalétique	53519 - Bois de Somme R...	Souhaitée	Modéré
Cabane du Pré de la Vache	02/12/2013	M03-Pose nouvel Equipement	53110 - Cabane du Pré de...	Souhaitée	
Belvédère du Touret	02/12/2013	M03-Pose nouvel Equipement	53304 - Belvédère du Tour...	Souhaitée	
entretien courant SDL	03/06/2013	A01-Mise en service sentier a...	Tronçons	Terminée	Fort
reprise sentier complète	31/07/2013	B05-Réouverture de la trace ...	Tronçons	Terminée	Très fort
53624	03/12/2013	I05-Entretien Signalétique	53072 Limite Bois du Bot	Souhaitée	
Charnière-SDL par Basset	30/06/2013	A01-Mise en service sentier a...	Tronçons	Terminée	Fort
SDL-col des Tourettes	31/07/2013	E02-Marche en pierres bloqu...	Tronçons	Terminée	Fort
rougnous - col terres blanches	09/08/2013	A01-Mise en service sentier a...	Tronçons	Terminée	Modéré
Drouvet - lac des Estaris	12/07/2013	A01-Mise en service sentier a...	Tronçons	Terminée	Très fort
archinard - cabane Rouanette	16/08/2013	A01-Mise en service sentier a...	Tronçons	Terminée	Fort
Fermons - refuge du Tourond	21/06/2013	A01-Mise en service sentier a...	Tronçons	Terminée	Très fort
les Beaumes - Valestrèche	02/08/2013	A01-Mise en service sentier a...	Tronçons	Terminée	Fort
les Beaumes - lacs de crupillo...	23/08/2013	A01-Mise en service sentier a...	Tronçons	Terminée	Très fort
les Beaumes - les Auberts	14/06/2013	A01-Mise en service sentier a...	Tronçons	Terminée	Modéré
les Auberts - ref Chaum RDte	07/06/2013	A01-Mise en service sentier a...	Tronçons	Terminée	Très fort
les Auberts - ref Chaum RGche	14/08/2013	A01-Mise en service sentier a...	Tronçons	Terminée	Très fort
Ref Chaumette - Col de Vallo...	20/08/2013	A01-Mise en service sentier a...	Tronçons	Terminée	Très fort
les Auberts - Vallon plat	27/08/2013	A01-Mise en service sentier a...	Tronçons	Terminée	Fort
Entretien 50101	01/06/2013	A00----ENTRETIEN COURANT	Tronçons	Terminée	Fort



# ET UN OUTIL DE VALORISATION

**RANDO ECRINS** A savoir Le Parc national des Écrins Accès & Transports En savoir plus FR Recherche

FILTRES Randonnées Services Thèmes Localisation Tout effacer 178 résultats

178 résultats randonnées : A pied

- Vallouise-Pelvoux**  
À la découverte des hameaux de Vallouise et Pelvoux  
Faune Flore  
Facile 5h30 <> 10,5km ↗ +329m
- Championéon**  
Au-dessus des Drac  
Lac et glacier  
Difficile 5h <> 11,7km ↗ +701m
- Les Vigneaux**  
Autour des Vigneaux et de Grand Parcher  
Faune Flore Histoire et architecture  
Facile 4h <> 10,7km ↗ +254m
- Blaison**  
Balcon de l'Oussella et Quille du Laus

Map showing hiking routes in the Ecrins region with numbered markers.

**GRAND TOUR DES ECRINS** LE GRAND TOUR DES ÉCRINS LE GR® 54 LES BALCONS DES ÉCRINS EN SAVOIR PLUS FR Recherche

Activity icons: A pied, VTT, Cheval, Trail, Alpinisme, Hébergement, Sorties accompagnées, Produits du terroir, Voir plus

NOS COUPS DE CŒUR POUR DÉCOUVRIR LES ÉCRINS



# UN OUTIL DE DÉCOUVERTE DU TERRITOIRE ET DE DIFFUSION DE LA CONNAISSANCE

## Les 9 patrimoines à découvrir



Hêtraie - Mireille Coulon © Parc nati...

### Hêtraie

Ces hêtres sont quasiment les derniers en remontant la vallée de la Durance. Cet arbre peut atteindre 40m, il se distingue par son tronc couleur gris acier, lisse et élancé, ses branches à l'horizontale et ses feuilles ovales, entières, à bords ondulés et munis de cils. Les fruits appelés faines, sont enchâssés dans un... [lire la suite](#) ↓



Pic noir à sa loge - Mireille Coulon © ...

### Pic noir

Ce drôle d'oiseau noir avec un casque rouge et un long bec clair est le plus grand pic des Alpes. Il est difficile à observer car il est très solitaire et méfiant. Cependant, grâce aux nombreux indices qui révèlent sa présence, il est possible de repérer son chant et ses cris très typiques et sonores. Il tambourine sans relâche po... [lire la suite](#) ↓



Anciens près de fauche - Clapiers d'...

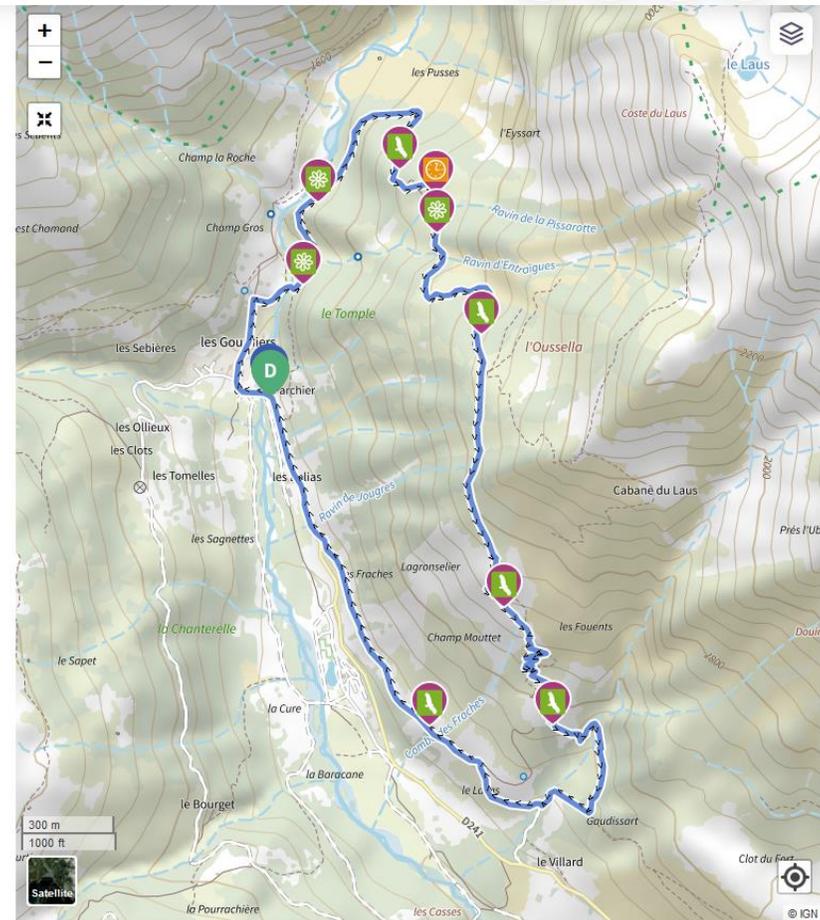
### Anciens près de fauche et clapiers d'épierrement

Dans les anciens près de fauche traversés, les murets et clapiers d'épierrement témoignent de plusieurs siècles du travail des montagnards. Les pierres enlevées des champs étaient entassées à la périphérie. Le foin coupé était descendu au village dans des troussees de tissus, chargées sur des mulets ou des traîneaux... [lire la suite](#) ↓



Mélèze - Damien Combrisson © Parc...

### Mélèze



# GEOTREK-MOBILE



# OUTIL DE DIFFUSION D'UNE DONNÉE QUALIFIÉE



## GEOTREK, gérer et valoriser la randonnée

Un outil opensource pour gérer et valoriser les sentiers, l'itinérance, l'outdoor, les patrimoines et l'offre touristique d'un territoire.  
Téléchargeable librement sur Geotrek.fr

### GEOTREK-admin

Interface de saisie - BDD

GÉRER  
CRÉER  
MODIFIER  
EXPORTER



- Tronçons
- Sentiers
- Statuts
- Aménagements
- Signalétique
- Interventions
- Chantiers
- Outdoor
- Itinéraires
- Points d'intérêt
- Services
- Objets tourisme
- Signalement

Biodiv'Sports

Systemes  
d'informations  
touristiques  
(Apidae, ...)  
Tourisme

PUBLICATION

IGNrando'  
Apidae  
Suricate  
Cirkwi  
Outdooractive  
Visorando  
Kalkin  
Sites internet

### GEOTREK-rando

Portail web de valorisation de l'offre

RECHERCHER  
DÉCOUVRIR  
IMPRIMER  
EXPORTER



- Itinéraires
- Outdoor
- Patrimoines
- Photos
- Tourisme Événements
- PWA

### GEOTREK-mobile

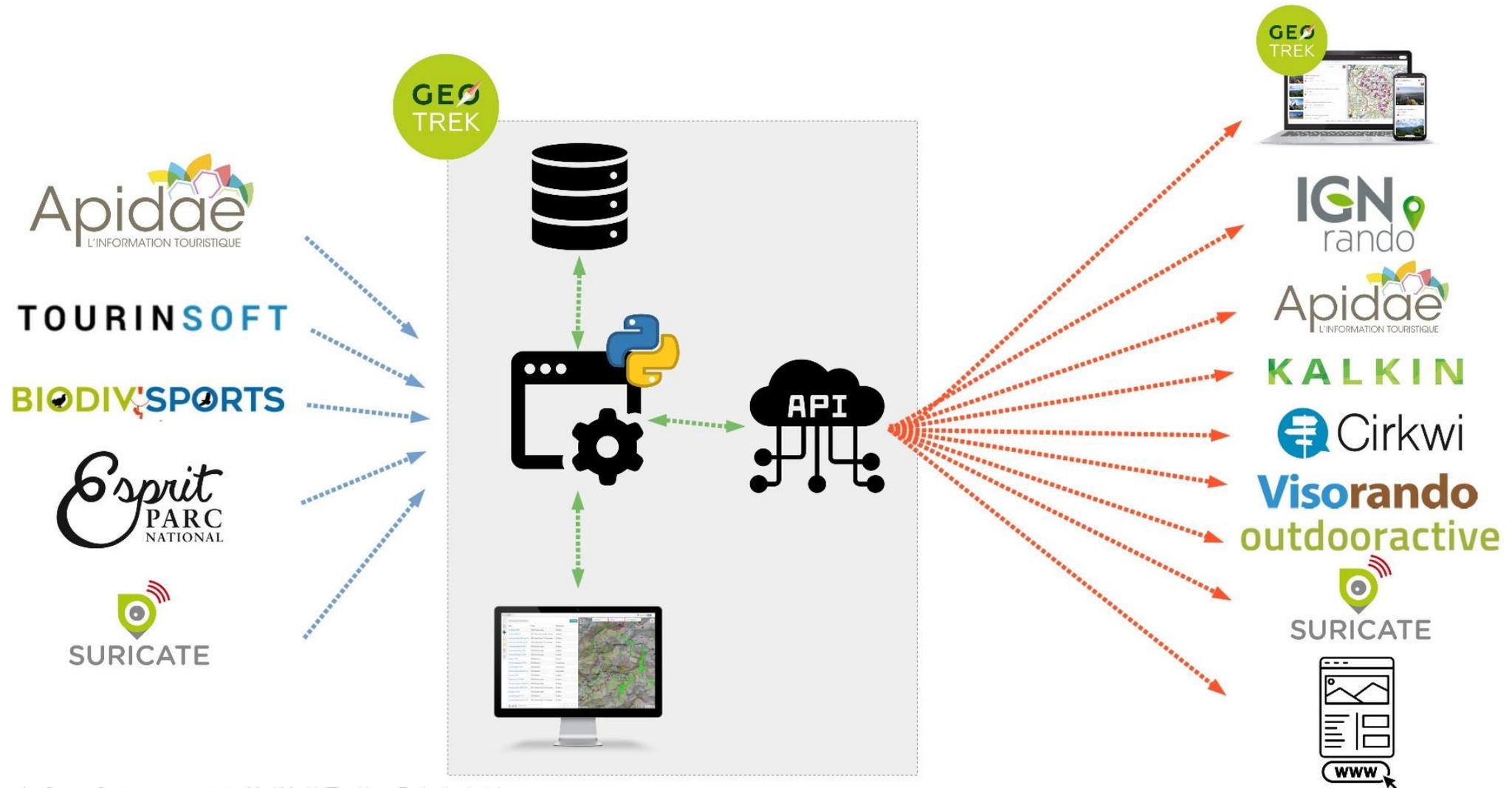
Application mobile de valorisation de l'offre

RECHERCHER  
LOCALISER  
DÉCOUVRIR  
EMBARQUER

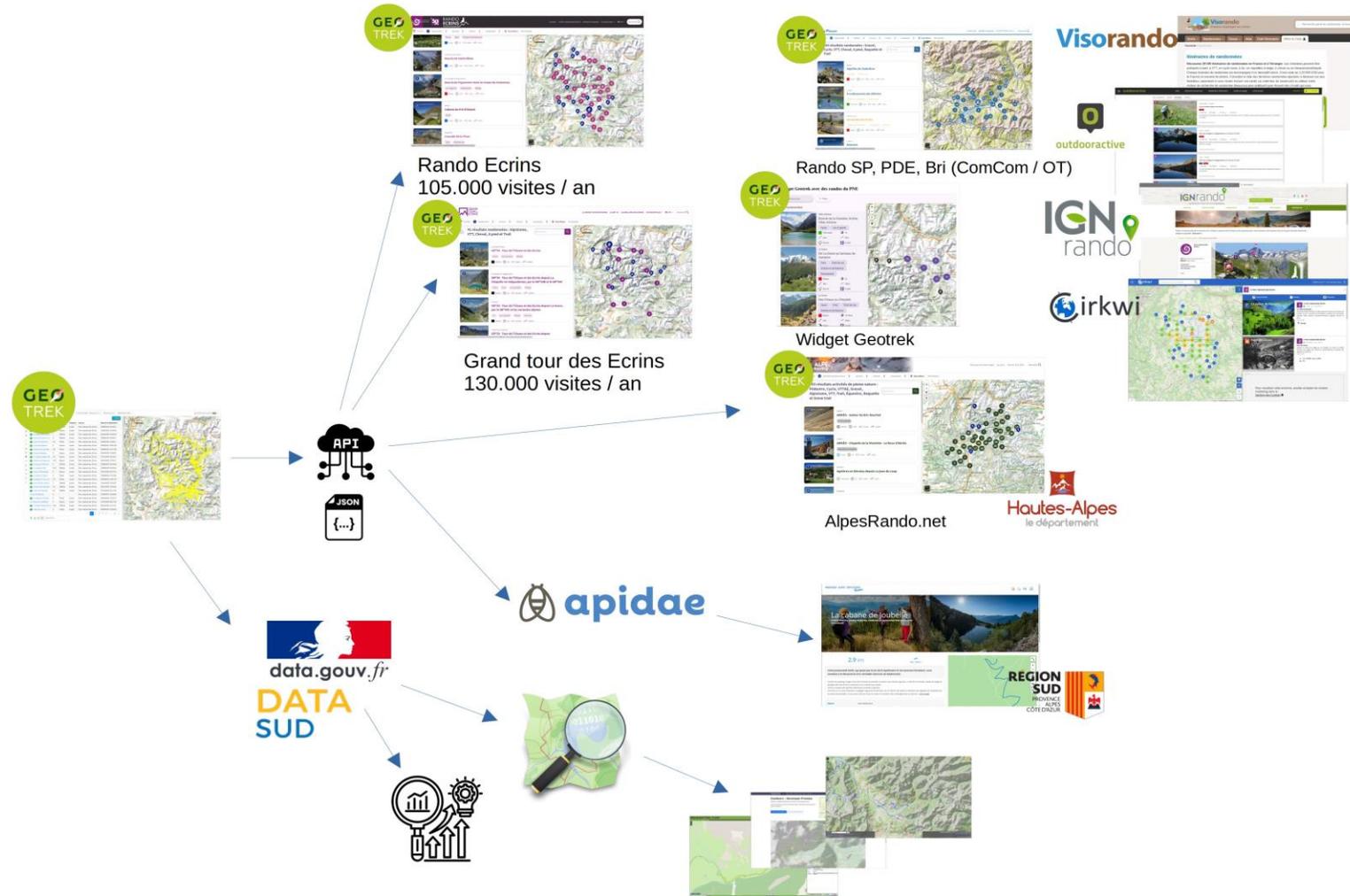


- Itinéraires
- Patrimoines
- Photos
- GPS

# L'INTERFAÇAGE AU CŒUR DE LA DIFFUSION DE LA DONNÉE

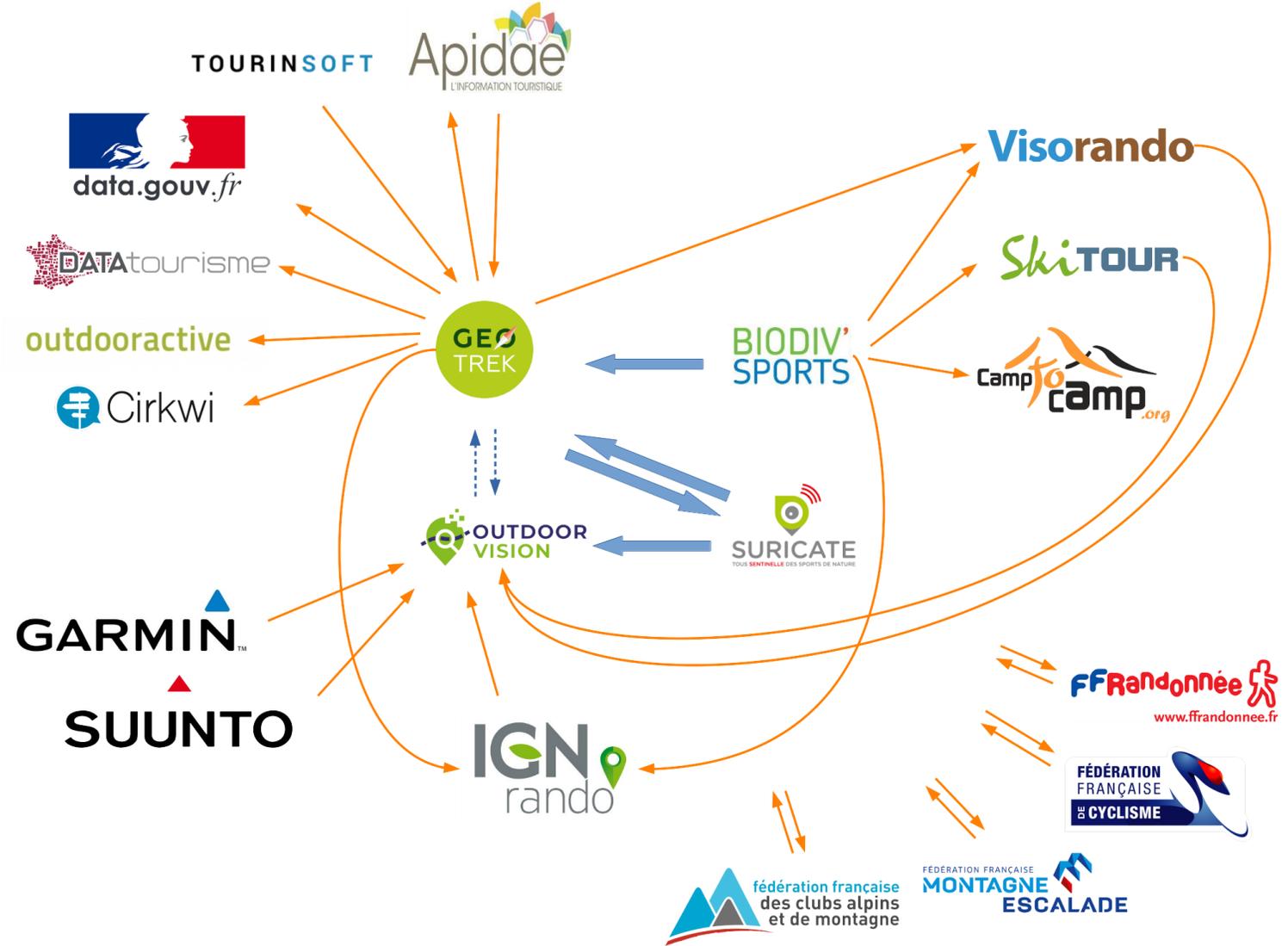


# L'INTERFAÇAGE AU CŒUR DE LA DIFFUSION DE LA DONNÉE





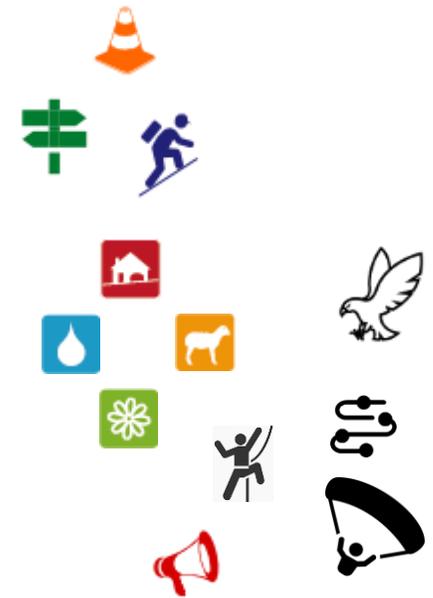
# OUTILS ET RÉSEAUX COMPLÉMENTAIRES



## LES ENJEUX DE GEOTREK

- Gestion et valorisation des sentiers
- Découverte de la nature et des espaces protégés
- Information sur l'environnement, la nature et les enjeux de protection
- Points d'intérêt naturels et culturels
  
- Offres et événements touristiques
- Activités de pleine nature (Outdoor – escalade, parapente, canyoning...)
- Zones sensibles de la faune (Biodiv'Sports)
- Données de fréquentation (Outdoorvision)
- Conflits d'usage, signalement et gestion des problèmes (Suricate)
  
- Connexion de Geotrek avec divers autres outils
- Possibilité d'atteindre les sportifs et utilisateurs sur leurs divers outils communautaires

**>> Garder le contrôle de nos outils et de nos données sans centralisation, mais avec la capacité de les diffuser sur différentes plateformes publiques et privées**



# UN OUTIL CENTRAL

Charte du Parc  
(cadre de vie de qualité, culture vivante et partagée, respect ressources et patrimoines, **accueil du public et découverte**)



+



+

Partenaires :  
Offices de tourisme ...

= *Destination*  
**PARC NATIONAL  
DES ÉCRINS** =



Sensibilisation aux  
bonnes pratiques  
et à la biodiversité

Valorisation  
d'offres durables

Aide à la gestion de  
la fréquentation



# PORTAILS DÉDIÉS

Serre-Ponçon À SAVOIR SERRE-PONÇON EN SAVOIR PLUS Recherche

Randonnez à Serre-Ponçon

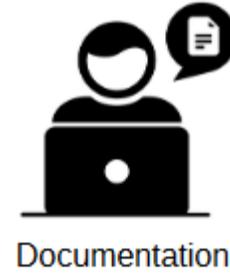
A pied VTT Cheval Raquette Trail Gravel Cyclo Escalade Voir plus

En famille Sportive Plus il est beau En VTT

CHEMINS DES PARCS Conseils et recommandations Accès aux massifs forestiers l'été En savoir plus FR Recherche

PEU IMPORTE LA DESTINATION, *Ce qui compte, c'est le chemin*

À PIED VÉLO VTT CHEVAL Canoë-kayak Guide - Sortie accompagnée Site de visite Information - Service Voir plus



Documentation



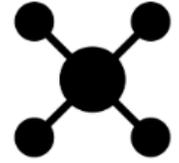
Code et discussions publics



Opensource



Modulaire



Générique

RANDO -ALPES-HAUTE-PROVENCE Les Alpes de Haute-Provence Première visite ? En savoir plus Recherche

Randonnée pédestre Randonnée VTT Randonnée vélo Randonnée équestre Randonnée trail Randonnée itinérante Randonnée raquettes Escalade Voir plus



# WIDGET INTÉGRÉ A UNE DESTINATION

[DÉCOUVRIR](#) [DÉGUSTER](#) [SÉJOURNER](#) [PRATIQUE](#) [AGENDA](#) [BOUTIQUE](#) [CONTACT](#) [ESPACE PRO](#)

[FR](#)

[←](#)

[Présentation](#) [Description](#) [Zones sensibles](#) [Lieux d'inform](#)

### Balade à Le Vernois

[Géologie](#) [Oenologique](#)

● Moyen 🕒 1h30min 📍 Boucle

↗️ 6km 📈 191m 👤 Rando pédestre

Téléchargements

[↓ GPX](#) [↓ KML](#) [↓ PDF](#)

Cette balade chemine Le Vernois, les vignes des Byards et de Voiteur. Ces vastes coteaux viticoles en amphithéâtre sont magnifiques et ensoleillés. Un petit crochet jusqu'au belvédère et sa table d'orientation ouvre une vue splendide sur les vignes du Vernois. Vous

# PASSERELLE GEOTREK / APIDAE



**Commerces et services**  
**Hébergements**  
**Restauration**

**Contenus touristiques :**  
Nom, type, adresse, descriptions,  
infos pratiques...

**Entités juridiques**

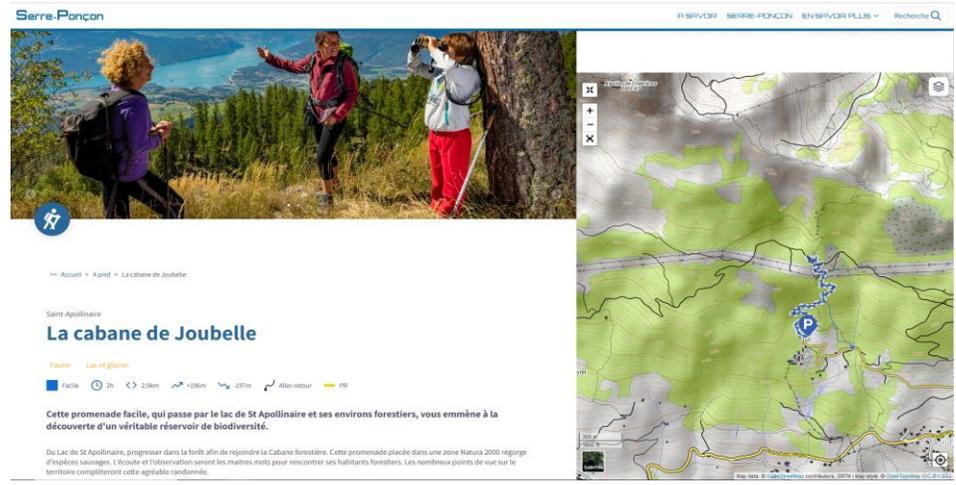
**Lieux de renseignements :**  
Noms, type, adresse, description,  
infos pratiques...

**Equipement**

**Itinéraires de randonnées :**  
pédestre, équestre, trail, VTT... :  
Linéaire, nom, pratique, infos techniques,  
description, recommandations...



# PASSERELLE GEOTREK / APIDAE



Serre-Ponçon

Accueil > Apidae > La cabane de Joubelle

### Saint Apollinaire

## La cabane de Joubelle

Facile • Lac et jardin

Facile 2h 2.9km +136m 137m Aller-retour PS

Cette promenade facile, qui passe par le lac de St Apollinaire et ses environs forestiers, vous emmène à la découverte d'un véritable réservoir de biodiversité.

Du Lac de St Apollinaire, progresser dans la forêt afin de rejoindre la Cabane forestière. Cette promenade placée dans une zone Natura 2000 regorge d'espaces sauvages. L'écoute et l'observation seront les maîtres mots pour rencontrer ses habitants forestiers. Les nombreux points de vue sur le territoire complèteront cette agréable randonnée.



PROVENCE - ALPES - CÔTE D'AZUR

Tourisme

## La cabane de Joubelle

LOISIRS SPORTIFS, SPORTS PÉDESTRES, ITINÉRAIRE DE RANDONNÉE PÉDESTRE À SAINT-APOLLINAIRE

2.9 km

Aller / Retour

Cette promenade facile, qui passe par le lac de St Apollinaire et ses environs forestiers, vous emmène à la découverte d'un véritable réservoir de biodiversité.

A partir du parking, longer le lac par la droite et prendre le chemin qui monte à gauche, à côté de la fontaine. Après le virage en épingle, aller tout droit et continuer sur le chemin qui monte.  
Arrivé au niveau des pylônes électriques, prendre à gauche.  
Une fois sur la route forestière, s'engager à gauche et bifurquer sur le chemin de droite en direction des Aiguilles de Chabrières et la cabane de Joubelle. Un peu plus haut se trouve la maison Forestière. Des aménagements à l'abri du... [Lire la suite](#)

# EU – OSOR AWARDS 2023



Geotrek, a été désigné lauréat par le jury des OSOR Awards dans la catégorie des meilleures initiatives open source du secteur public européen, parmi 92 participants et 6 finalistes d'un concours organisé par l'observatoire Open Source de la Commission Européenne





# MERCI DE VOTRE ATTENTION



Mathias Magen  
Chargé de mission tourisme

[mathias.magen@ecrins-parcnational.fr](mailto:mathias.magen@ecrins-parcnational.fr)



**Sarah LE PELLEY**  
Chargée de marketing  
CRT PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR





# LE SUD C'EST...





# LE SUD C'EST...





# LE SUD C'EST...



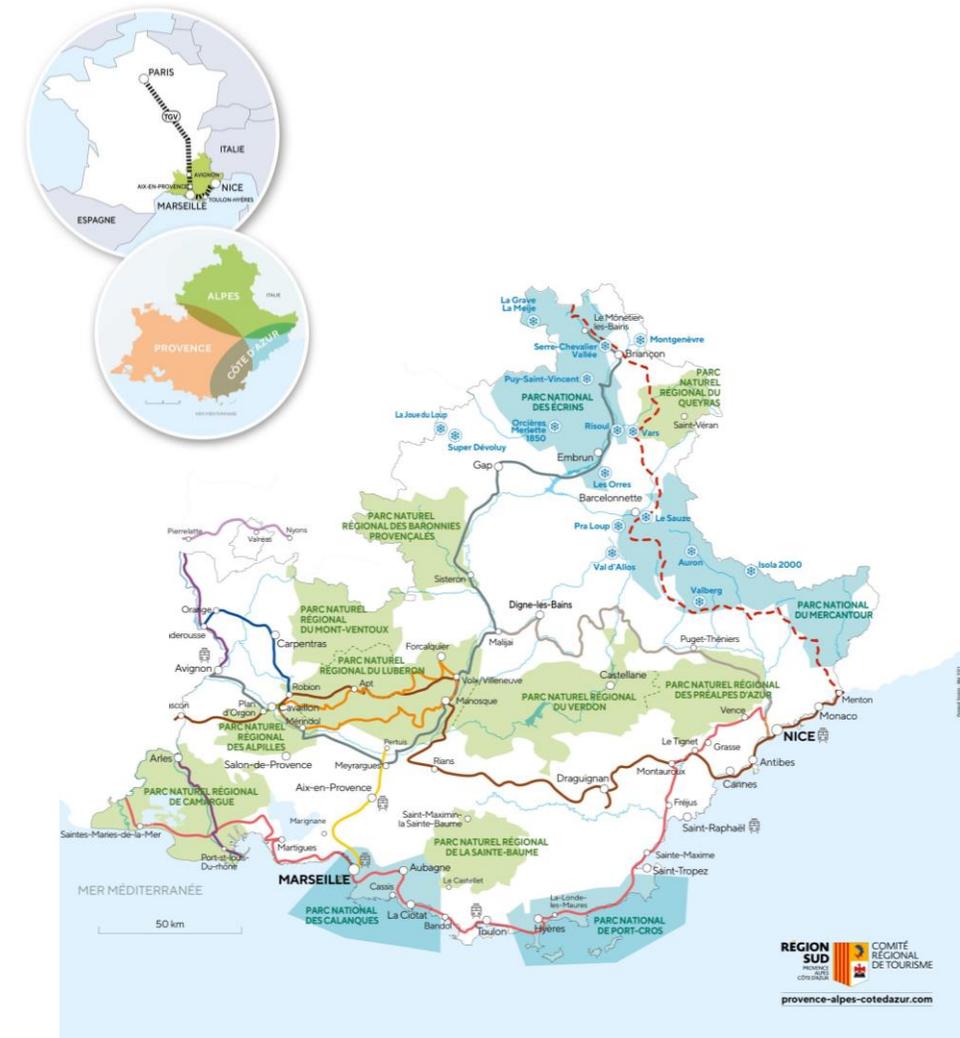


# LE SUD C'EST...



## UN TERRITOIRE DIVERSIFIÉ

- 60% du territoire couvert par des espaces naturels protégés
- Zones urbaines (Marseille, 2<sup>ème</sup> ville de France)
- Territoire accessible en train
- Plus de 1000 hébergements écolabellisés
- Grands itinéraires vélo et pédestres



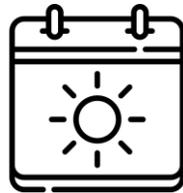
# PROMOUVOIR ET PROTÉGER



Favoriser les mobilités durables



Préserver les espaces naturels  
et inciter aux éco-gestes



Inciter les voyages hors-saison,  
et allonger la durée de séjour



Promouvoir l'offre écolabellisée

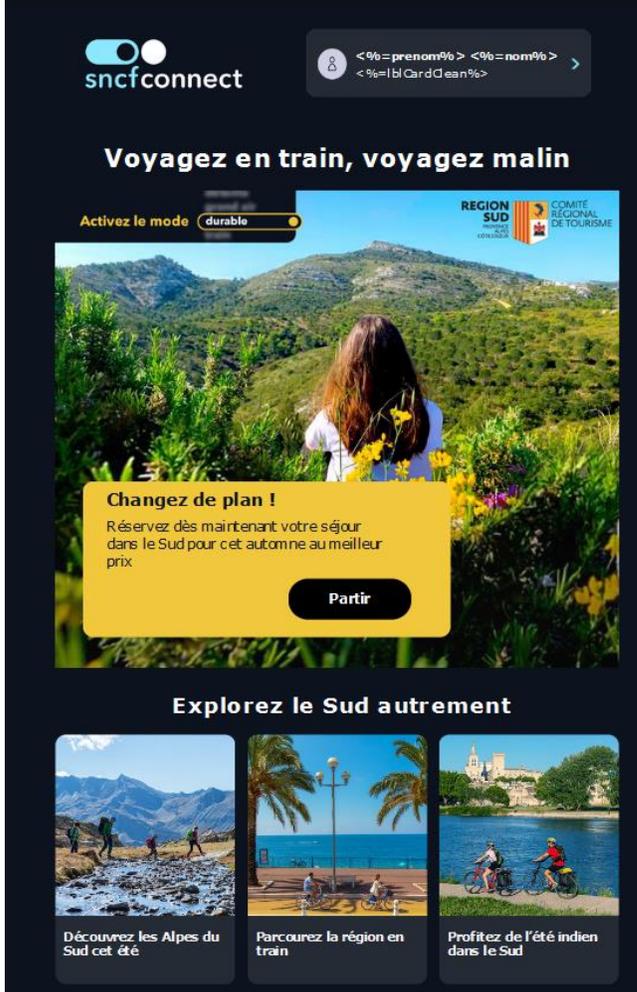
# COMMENT PROMOUVOIR L'OFFRE ?

- 7 partenaires locaux
- Campagne SNCF Connect sur le marché français
- Campagne Tripadvisor sur 4 marchés européens avec le soutien d'Atout France
- Kit écogestes de l'ADEME auprès de professionnels du tourisme
- Campagne de gestion des flux avec le PN Port-Cros et le PN Mercantour



## SNCF CONNECT

- Communication sur les ailes de saison
- Combinaison de différents leviers pour atteindre des objectifs de conversion, trafic et de visibilité.
- Environ 65 000 clics sur l'ensemble des formats
- Plus de 22 000 ventes générées au global
- Ventes de dernière minute sur l'arrière-saison



The screenshot shows the SNCF Connect mobile app interface. At the top, there is a toggle switch for 'snfconnect' and a user profile section with fields for name and card details. The main banner features a scenic view of a woman in a field with mountains in the background, with the text 'Voyagez en train, voyagez malin'. Below this, there is a 'Changez de plan !' (Change your plan!) call to action, encouraging users to book a stay in the South for the best price. At the bottom, there are three smaller promotional tiles: 'Découvrez les Alpes du Sud cet été' (Discover the Alps of the South this summer), 'Parcourez la région en train' (Explore the region by train), and 'Profitez de l'été indien dans le Sud' (Enjoy Indian summer in the South).



# TRIPADVISOR

- Numéro 1 des sites voyage dans le monde permettant de toucher une forte audience (117 millions en Europe/mois)
- Inventaire important sur notre territoire et notamment des prestataires écolabellisés (possibilité de remontées APIDAE)
- Abondement de Tripadvisor au dispositif
- Dispositif complet et personnalisé pour chaque partenaire

The screenshot shows the Tripadvisor website interface for the destination "Avignon and the Vaucluse". At the top, there is a navigation bar with the Tripadvisor logo, a search bar, and links for "Ontdek", "Reizen", "Beoordelen", and "Inloggen". Below the navigation bar, the main heading reads "Ontdek Avignon and the Vaucluse". A sub-heading states "Ontdek belevt de ervaringen die worden uitgelicht op deze pagina. [Lees hier meer informatie](#)".

Below the heading, there are several filter buttons: "Hotels", "Dingen om te doen", "Vakantiewo...", "Restaurants", "Vluchten", and "Meer". A section titled "In samenwerking met Explore France" features a grid of images showing people cycling and walking in the region.

A section titled "Pak het anders aan" (Pack it differently) describes the region's historical sites and scenic views, mentioning activities like kayaking and horseback riding. Below this, a section titled "Ontdek milieuvriendelijke ervaringen in Avignon-Vaucluse" (Discover eco-friendly experiences in Avignon-Vaucluse) lists several activities with their respective ratings and descriptions:

- Comité Vaucluse de Canoë Kayak et Sports de Paganie**: 4.5 stars, 12 reviews. "Kajakken & kanalen, Stand-up paddleboarden".
- Sun-E-Elke**: 4.5 stars, 142 reviews. "Verhuur van uitruiting, Fietsroutes".
- Provence Hipposervices**: 4.5 stars, 12 reviews. "Rijmenneigingen, Tuchten met paard en wagen".

Another section titled "Overnacht in duurzame accommodatie" (Overnight in sustainable accommodation) lists several hotels with their ratings and descriptions:

- Brittel Hotel**: 4.5 stars, 762 reviews.
- Il Eult 1 Fois**: 4.5 stars, 15 reviews.
- Best Western Sévan Parc Hotel**: 4.5 stars, 101 reviews.

A final section titled "Eat beter." (Eat better.) lists several restaurants with their ratings and descriptions:

- Restaurant EAT 'Estaminet, Arômes et Tartarons'**: 4.5 stars, 1,107 reviews. "CC - CEE • Frans, Mediterraan, Europees".
- Bar des Amis**: 4.5 stars, 107 reviews. "© Frans, Mediterraan, Geschikt voor vegetariërs".
- Le Patio**: 4.5 stars, 14 reviews. "CC - CEE • Frans".



# PAGES D'ATERRISSAGE



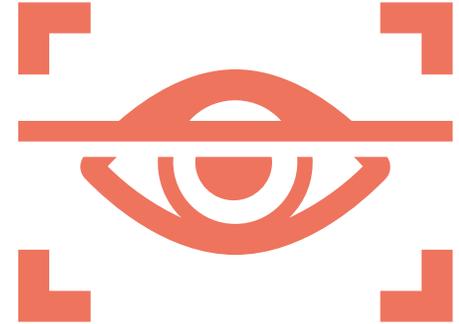
**Franck DELAHAYE**  
Directeur  
DESTINATION LUBERON



# OFFICE DE TOURISME DESTINATION LUBERON

## LE LUBERON...

- Une nature préservée
- Des paysages travaillés par l'agriculture et la viticulture
- PNR Luberon : double reconnaissances UNESCO
- Deux opérations « Grand-site de France » en cours (*OGS de la Fontaine de Vaucluse et OGS du Massif des Ogres*)



# OFFICE DE TOURISME DESTINATION LUBERON

## PLUSIEURS CONSTATS :

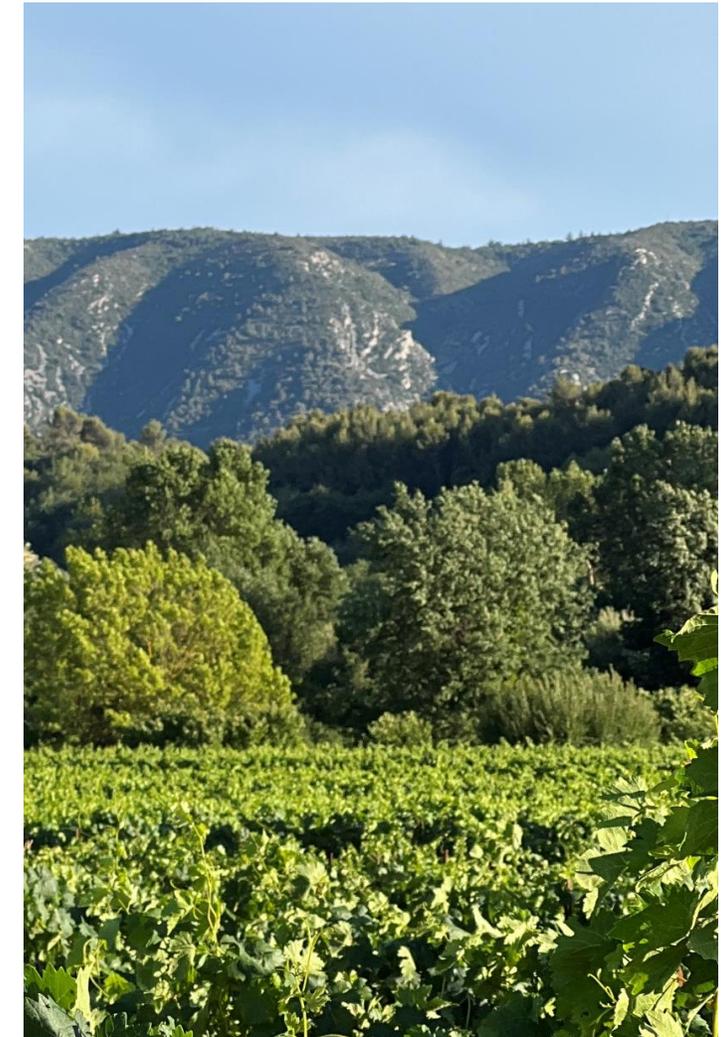
- Réchauffement climatique ayant d'ores et déjà un fort impact environnemental, social et économique sur nos territoires ;
- Une clientèle étrangère omniprésente avec une prégnance forte de marchés long- courriers.

## & DES ENJEUX FORTS A RELEVER... :

- Désaisonnalisation
- Sensibilisation
- Développement économique



## LES SOLUTIONS ?...



# OFFICE DE TOURISME DESTINATION LUBERON

DESTINATION  
**LUBERON**



**UNE STRATÉGIE BASÉE  
SUR UN PRINCIPE  
MAJEUR :**

« Booster les ailes de saison et diversifier nos clientèles pour faire vivre l'économie touristique de la destination au travers d'une offre éco-responsable. »

**ACTIVITÉS DE  
PLEINE NATURE**

**TOURISME DE  
SAVOIR-FAIRE**

**BIEN ETRE  
ET RESSOURCEMENT**

**TERROIR /  
OENO  
TOURISME**

Avec comme fil conducteur, la mobilité douce...



# OFFICE DE TOURISME DESTINATION LUBERON

## ACTIONS PORTÉES AUPRES DE 4 CIBLES



### LES PROS

Réalisation et mise à disposition des hébergeurs d'une affiche avec les consignes de tri simplifiées



### LES ÉLUS

Sensibilisation dans le cadre des réunions stratégiques de l'OT



### LES PRESCRIPTEURS

Inciter les TO/AV à commercialiser la destination de manière responsable : ailes de saison, etc.



### LES CLIENTELES

Campagne « Tourisme Durable »  
Campagne média



## OFFICE DE TOURISME DESTINATION LUBERON

### ZOOM SUR LA CAMPAGNE TOURISME DURABLE...

Capter de nouvelles clientèles et promouvoir l'offre responsable du Luberon au travers les écolabels

### Campagne en adéquation avec notre stratégie

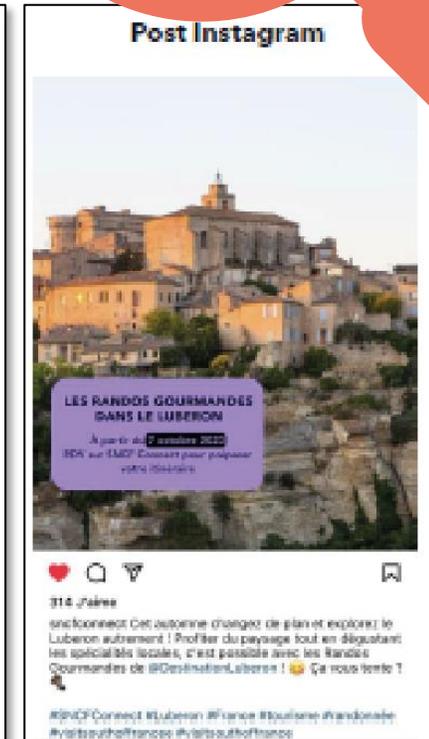
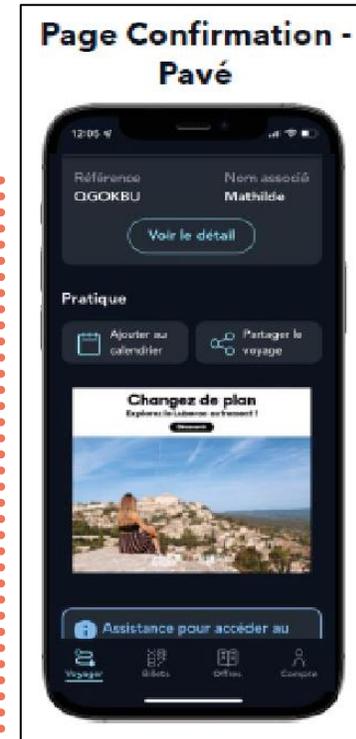
#### QUELQUES CHIFFRE DE LA CAMPAGNE SNCF CONNECT\*DESTINATION LUBERON :

- CTR (taux de clic) : **0,15%**
- Très bon taux de visibilité pour la megaban avec **78%**.
- Surperformance du banner en première page avec un taux de clic de **1,37%**

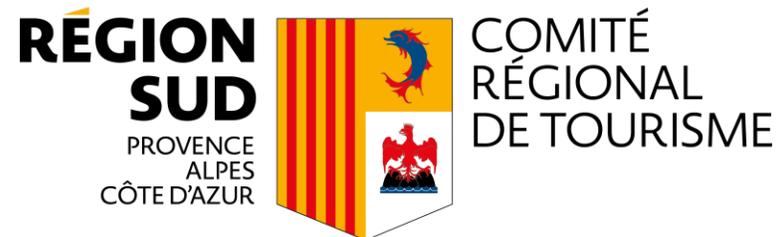
Le nombre de clics et de ventes montrent l'intérêt des clients SNCF pour le Luberon qui propose une offre répondant à leurs attentes.

Conversion : 33% des clics ont abouti à une vente

Post instagram : +d'1M impressions diffusées (post le plus performant de la campagne).



**Sarah LE PELLEY**  
Chargée de marketing  
CRT PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR





# ET EN 2024 ?



Favoriser les mobilités durables



Inciter les voyages hors-saison



Préserver les espaces naturels



Promouvoir l'offre  
d'hébergements écolabellisés

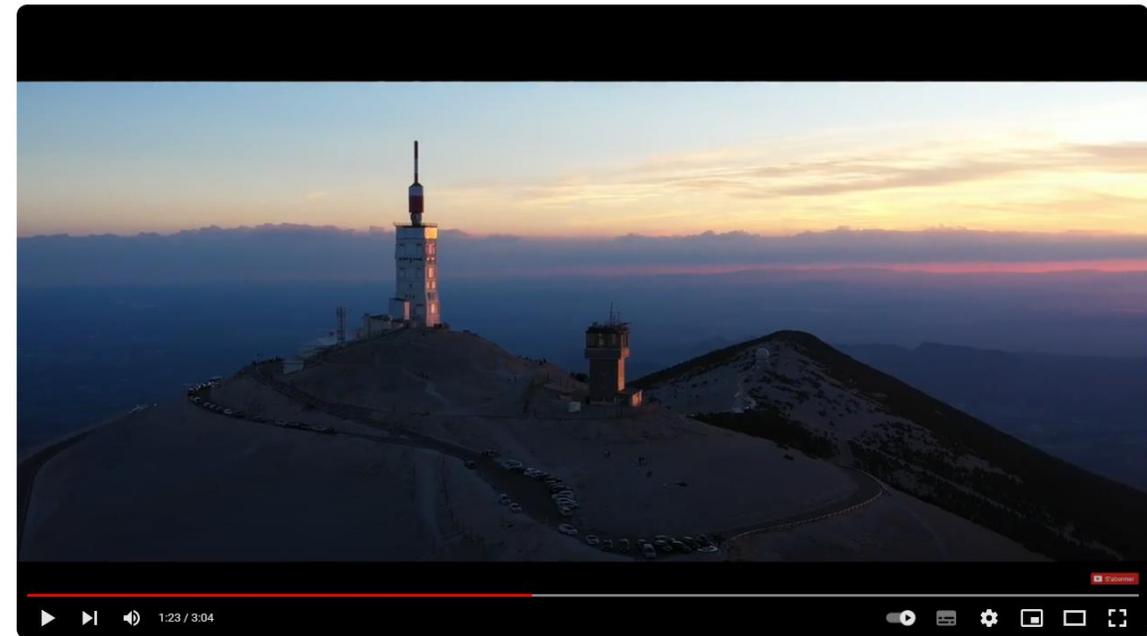
## ET EN 2024 ?

### VOLET 1 : NOTORIETE GLOBALE DE LA DESTINATION

Positionner la région dans sa globalité comme une destination durable en France et Europe (5 marchés européens)

Création et promotion d'un film en TV Connectée et SMA

Timing : Septembre 2024



# ET EN 2024 ?

## VOLET 2 : DISPOSITIF OUVERT AUX PARTENAIRES

(possibilité de prendre 1, 2 ou 3 packs)

### PACK TRAIN

Promouvoir l'accessibilité du territoire en train et la possibilité de rayonner



Automne 2024

### PACK MOBILITES DOUCES

Valoriser les itinéraires à pied ou en vélo



Automne 2024

### PACK OFFRES ECOLABELLISÉES

Faire connaître l'offre d'hébergements écolabellisés



*Bannières digitales avec renvoi sur site web partenaire ou CRT*

Automne 2024



**SÉBASTIEN MÉRIGOUT**  
**PLANETE NUDGE**





# PLANETE NUDGE

Conseil en Stratégies et Solutions Nudges



LAURÉAT  
INNOVATION  
NUMÉRIQUE



LAURÉAT  
PRIX AUDACE



LAURÉAT  
ENTREPRISE  
INNOVANTE



ENTREPRISE  
RÉFÉRENCÉE



CLUB DES  
EXPERTS



ENTREPRISE  
MEMBRE



KNOWLEDGE  
PROVIDER



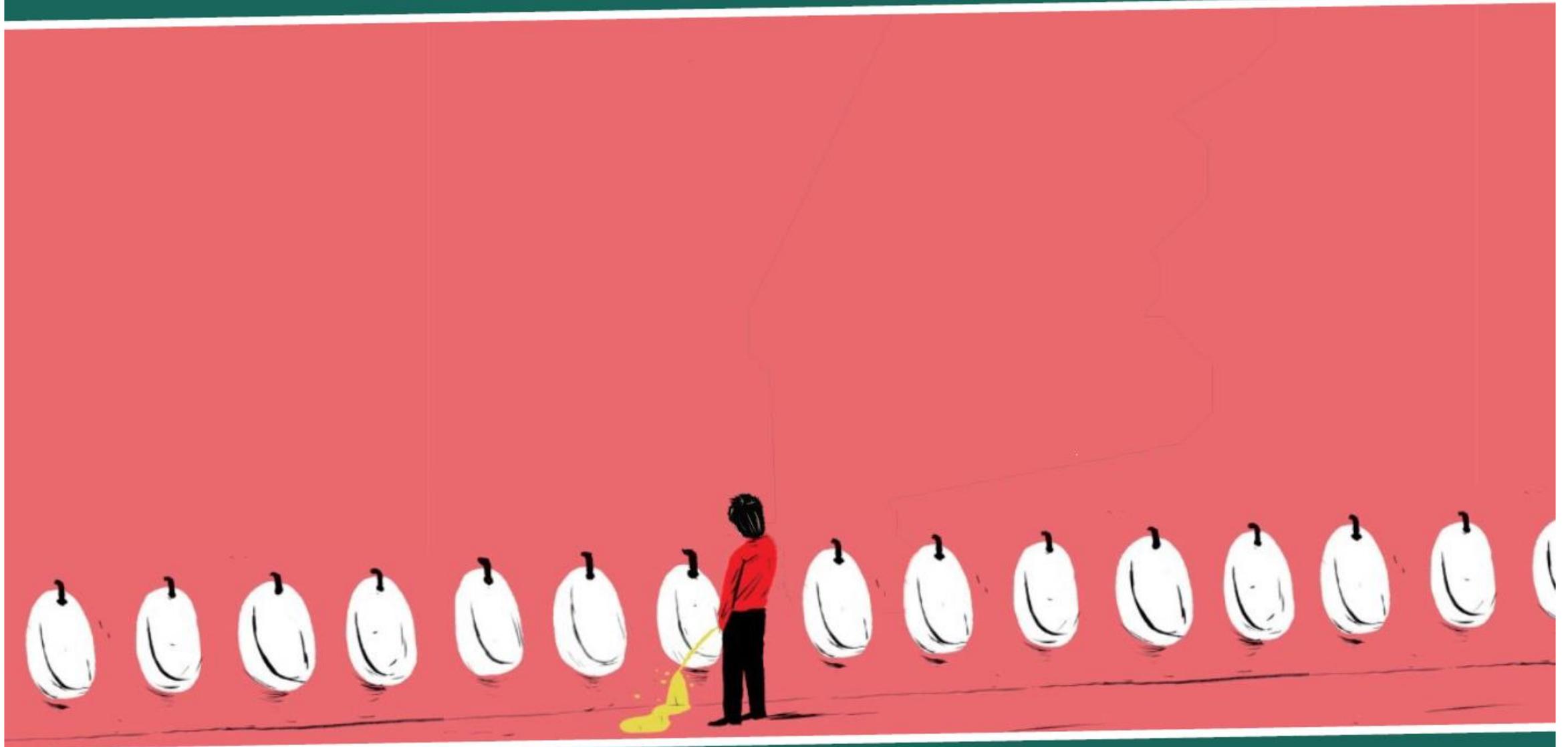
COACH  
EXPERT



APPORTEUR  
DE SOLUTIONS

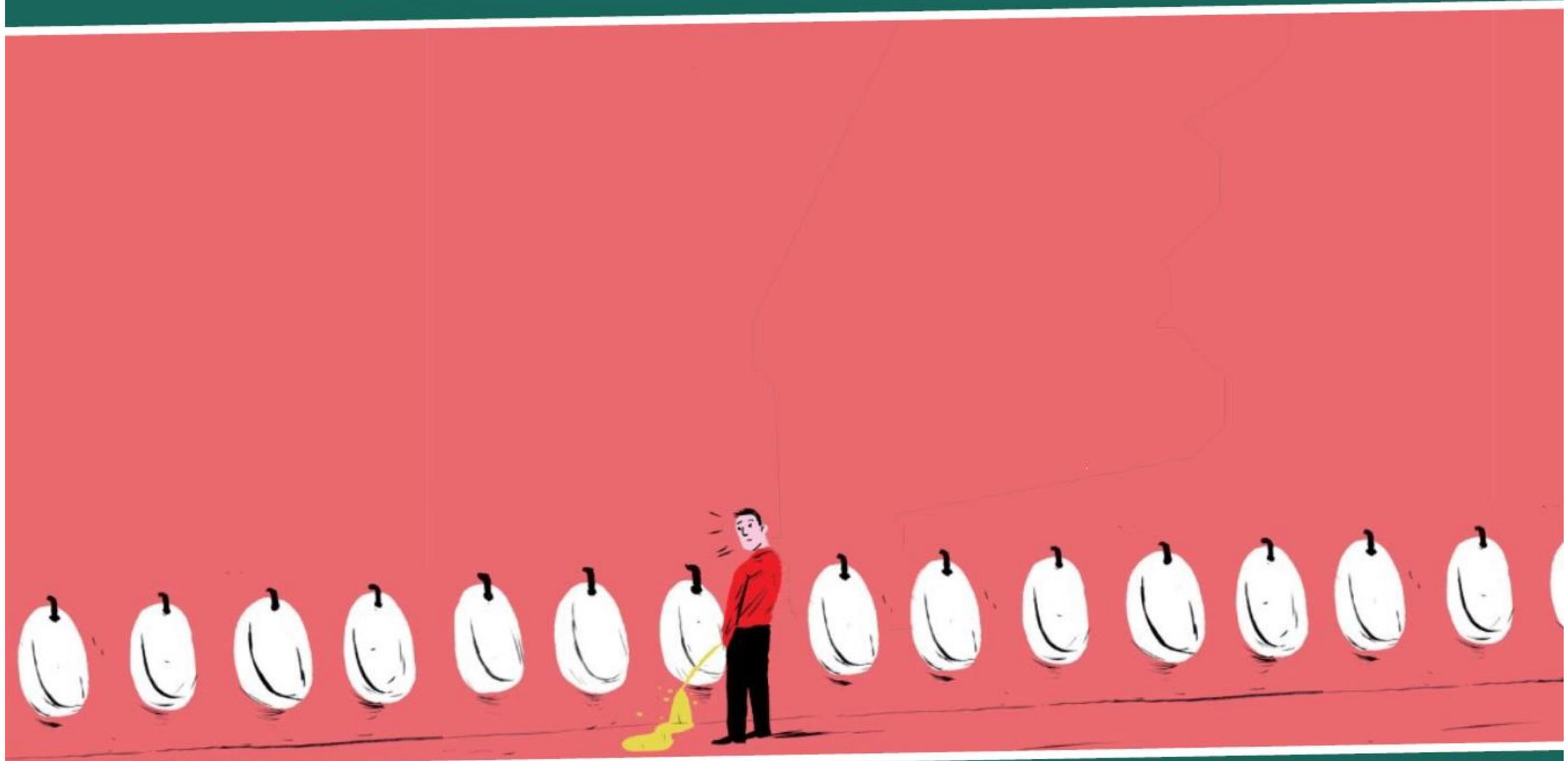
# COMMENT FAIRE URINER PROPREMENT ?

## EXEMPLE DE NUDGE



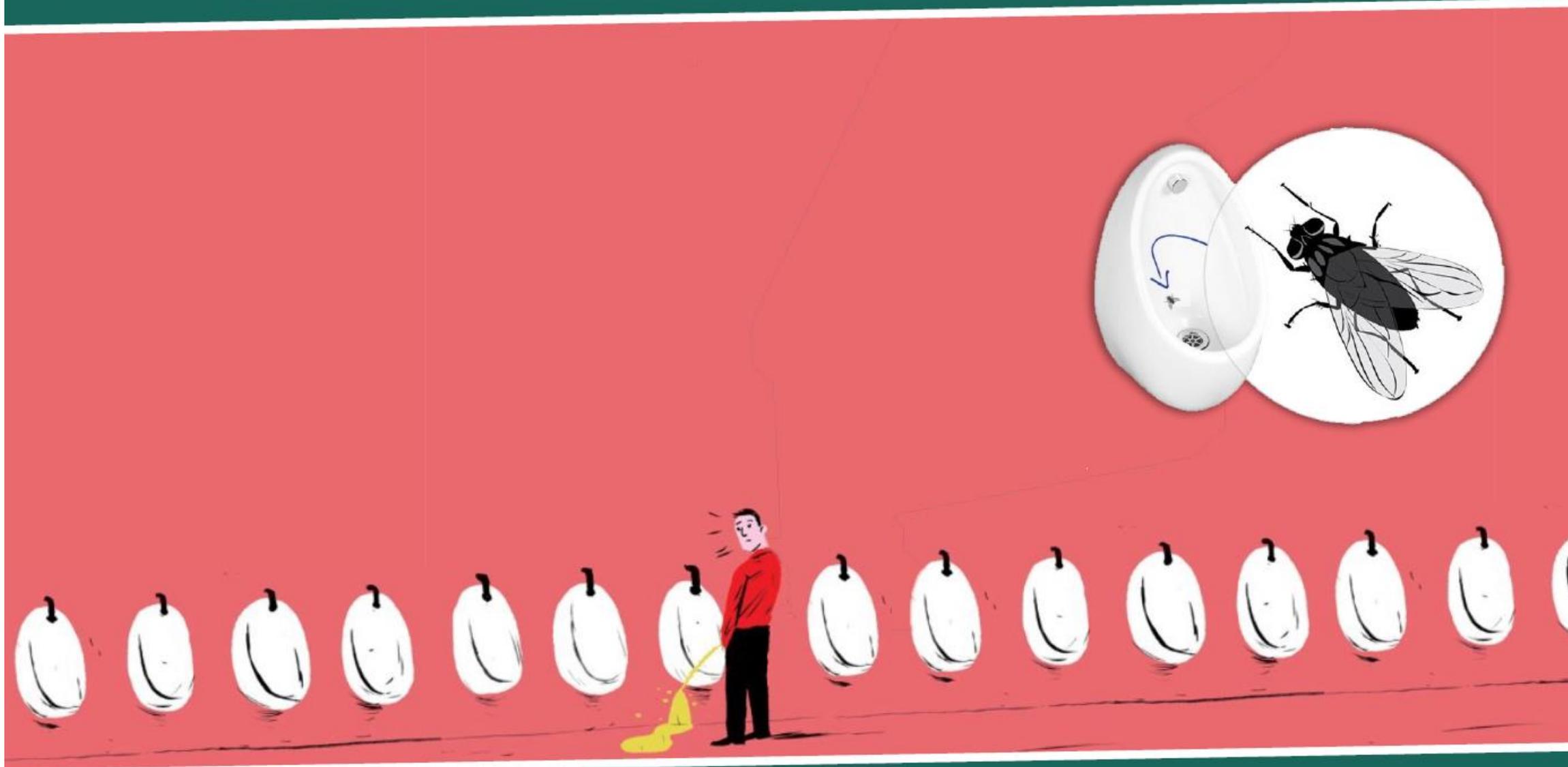
# COMMENT FAIRE URINER PROPREMENT ?

## EXEMPLE DE NUDGE

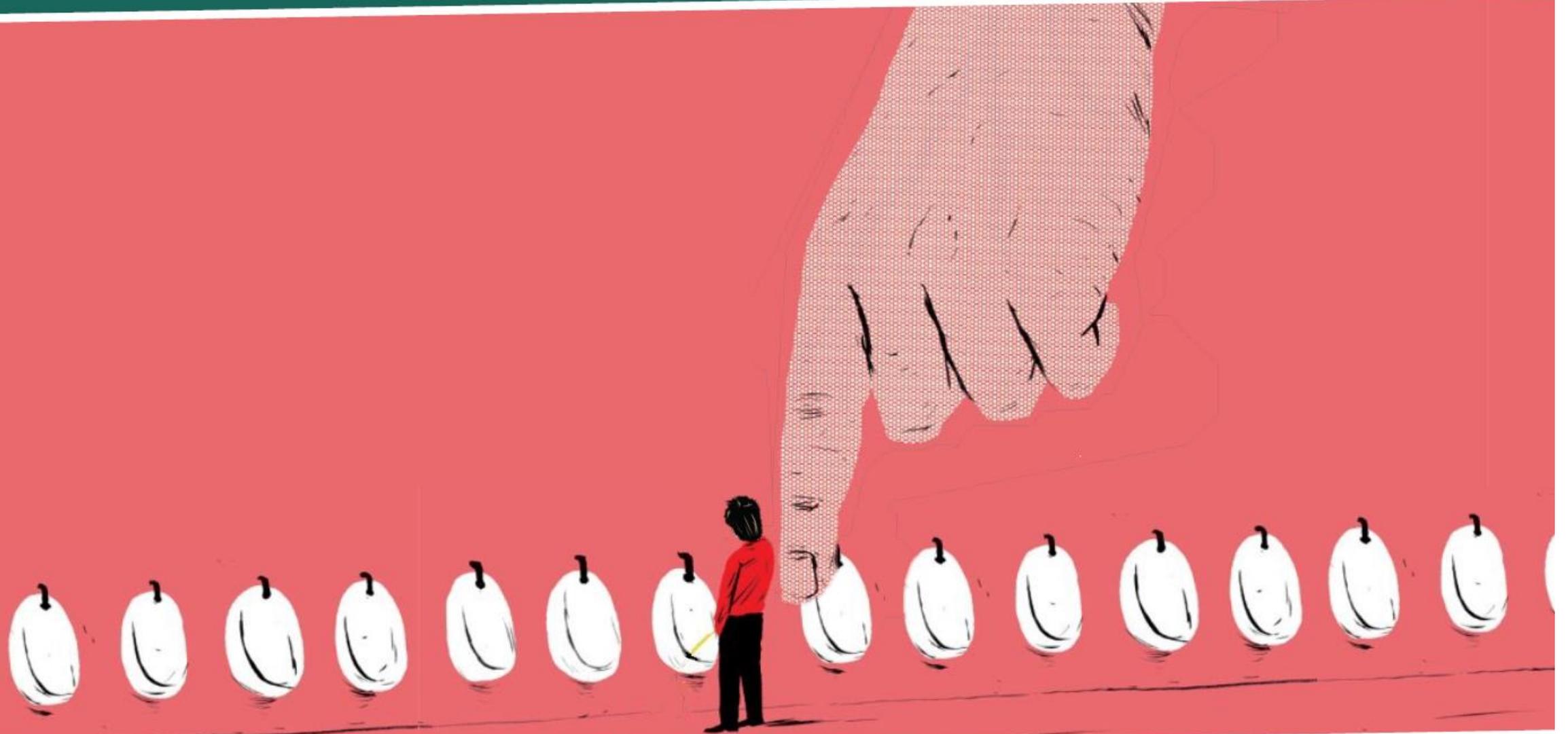


# COMMENT FAIRE URINER PROPREMENT ?

## EXEMPLE DE NUDGE



# COMMENT FAIRE URINER PROPREMENT ? PROPOSER UN CHOIX PLUS ATTRACTIF



# COMMENT FAIRE URINER PROPREMENT ? PROPOSER UN CHOIX PLUS ATTRACTIF



# 80%

DÉPENSES DE NETTOYAGE  
AÉROPORT SCHIPHOL D'AMSTERDAM



# LES 2 VITESSES DE LA PENSÉE

**SYSTÈME 1**  
MODE AUTOMATIQUE

**SYSTÈME 2**  
MODE ANALYTIQUE



# LES 2 VITESSES DE LA PENSÉE

## SYSTÈME 1 MODE AUTOMATIQUE



Rapide



Inconscient



Sans effort



Décisions  
Journalières



Sujet aux erreurs



## SYSTÈME 2 MODE ANALYTIQUE

Lent



Conscient



Demande des  
Efforts



Décisions  
Complexes



Fiable



EN RÉSUMÉ, LE NUDGE C'EST

**NUDGES**



# EN RÉSUMÉ, LE NUDGE C'EST

UN PETIT COUP DE POUCE  
POUR DE GRANDS EFFETS



Recommandé par le comité  
économique & social européen



Prix Nobel d'économie 2017  
Richard Thaler,  
Un des 2 créateurs du nudge

# STICKERS IN SITU

PRISE DE CONSCIENCE ET TOCS



# STICKERS IN SITU

PRISE DE CONSCIENCE ET TOCS



# COMMUNICATION POSITIVE ET STICKERS

## PRISE D'INFORMATION ET GESTES APPROPRIÉS



# PROGRAMME RELATIONNEL

## SENSIBILISATION, MESURE ET CHALLENGES

Communauté de Communes  
**Coeur Côte Fleurie**

### Nous vous présentons Sophie



**Bonjour !** Sophie est un agent de communication de Coeur Côte Fleurie, agant communautaire pour vos questions 24h/24.

Pour ceux d'entre vous qui n'ont pas encore eu l'occasion de rencontrer Sophie, elle a été imaginée pour contribuer à améliorer vos services par la gestion des déchets.

Suite aux premiers échanges que Sophie a eus, elle avait 2 questions à vous poser. Pour lui faire répondre, vous pouvez lui poser vos questions en suivant ses indications au verso de ce questionnaire.

Avec Sophie, nous reviendrons vers vous cet été afin de vous dire ce que vous et les autres habitants de l'intercommunalité nous avez dit.

**Pentecôte, le 10 juin.**

Nom Prénom : \_\_\_\_\_  
Fonction : \_\_\_\_\_

---

### Sophie

**Bonjour !** Merci à vous, vous faites partie des personnes qui nous ont aidés à améliorer nos services et à améliorer la qualité de notre territoire.

Vous êtes une personne très intéressante et nous sommes très heureux de vous connaître.

Les habitants de votre quartier vont prochainement recevoir un questionnaire qui leur permettra de donner leur avis sur la gestion des déchets sur Coeur Côte Fleurie. Pour que ce questionnaire soit le plus utile possible, nous avons besoin de votre avis.

Je vous les distribue en avant première.

**71% des habitants** de l'intercommunalité ont répondu que la gestion des déchets sur Coeur Côte Fleurie peut encore être améliorée.

**3 personnes sur 4** sont prêtes à y participer.

Si vous ne souhaitez pas participer, vous pouvez simplement ne pas répondre au questionnaire. Si vous souhaitez participer, vous pouvez simplement répondre au questionnaire.

Nom Prénom : \_\_\_\_\_  
Fonction : \_\_\_\_\_

### Suite de nos échanges

**Bonjour !** Merci à tous ceux qui ont déjà installé l'abonnement à votre facture EDF. Vous pouvez maintenant bénéficier de nos services.

Pour ceux qui ne l'ont pas encore fait, voici une dernière opportunité.

**Ensemble** nous allons lancer une démarche locale, jamais faite en France.

Vous allez participer à une enquête qui va nous permettre de participer à une nouvelle initiative de Coeur Côte Fleurie.

Le questionnaire que vous allez recevoir sera le plus utile possible si vous pouvez nous donner votre avis sur la gestion des déchets sur Coeur Côte Fleurie. Pour que ce questionnaire soit le plus utile possible, nous avons besoin de votre avis.

Il se agit de vous proposer de participer à une enquête qui va nous permettre de participer à une nouvelle initiative de Coeur Côte Fleurie.

Je vous remercie pour votre participation et vous vous avez des informations plus précises, qui se trouvent sur le site internet de Coeur Côte Fleurie.

Merci à tous, et à très bientôt !  
**Sophie**

## VOICI VOS NOUVEAUX AMIS



**MERCI!**

Bonjour Mme Michu,

EDF & HMP vont bientôt mettre en place un programme de sensibilisation et de mesure de vos factures d'énergie.

Seriez-vous intéressé de bénéficier de ces équipements ?

Oui  
 Non

Votre gardien va lui aussi être très impliqué dans ce programme. Vous n'avez qu'à lui remettre ou lui déposer ce questionnaire.

**82% des résidents adhérent**

Votre consommation de gaz :

Statut	Consommation (kWh)
Vous	1200
Moyenne nationale	1000
Moyenne de votre quartier	1100

Votre consommation d'eau :

Statut	Consommation (m³)
Vous	15
Moyenne nationale	12
Moyenne de votre quartier	14

Votre consommation de déchets :

Statut	Consommation (kg)
Vous	100
Moyenne nationale	80
Moyenne de votre quartier	90

La consommation de gaz est-elle :

Élevée  
 Moyenne  
 Faible

La consommation de gaz est-elle :

Élevée  
 Moyenne  
 Faible

Montrez-moi mes factures :

Oui  
 Non

**13 000 € Bravo!**

EDF & HMP

# MATÉRIEL

FONCTIONNALITÉ, ÉMOTION, SAILLANCE ET INTÉRACTION

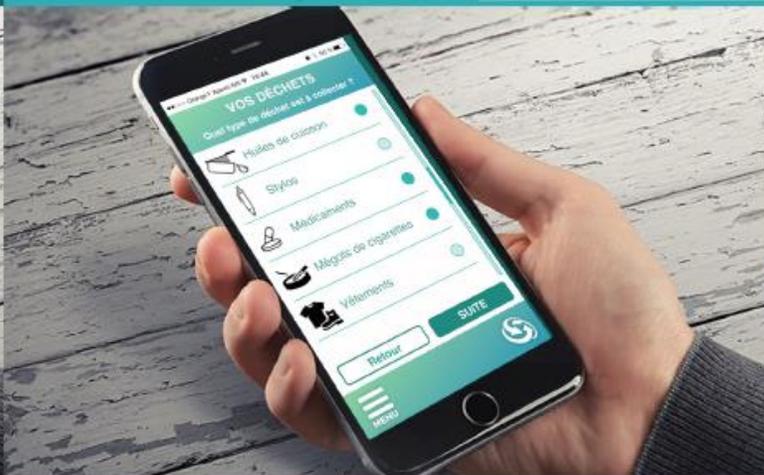


# APPLICATIONS ET API

## INFORMATIONS, ORIENTATION & GAMIFICATION



L A U R É A T  
I N N O V A T I O N  
N U M É R I Q U E





UNE APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE



# UNE APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE



## CONSTITUTION DU NUDGE LAB : GROUPE D'EXPERTS



### DIAGNOSTIC



EXPLORATION



VEILLE



### IDÉATION



CO-CONCEPTION



SCORING



SÉLECTION



### ÉVALUATION



EXPÉRIMENTATION



MESURE



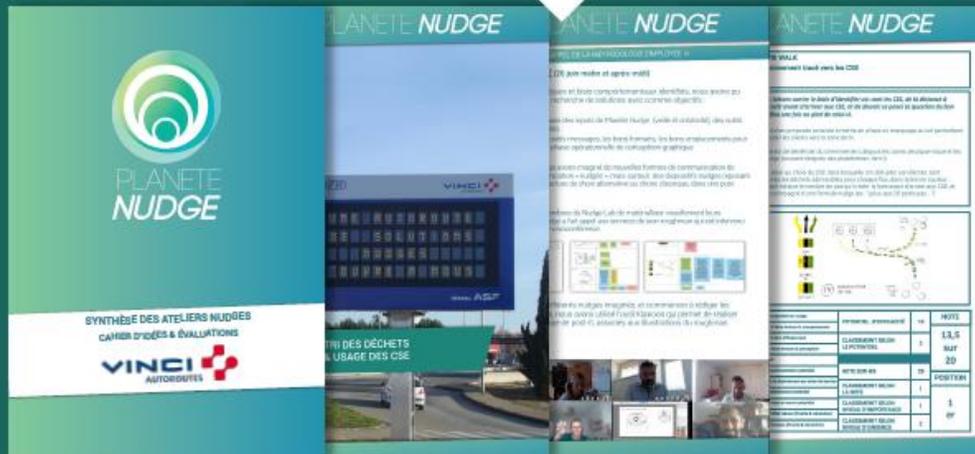
DÉPLOIEMENT

# 2 ANS & DEMI DE TRAVAIL

Diagnostic & idéation  
de 2020



Expérimentation n°1  
de 2021



# 2 ANS & DEMI DE TRAVAIL

## Bilan 2021 & recommandations



### ANALYSE GLOBALE DE L'EFFICACITÉ

- L'impact sur le tri est réel, avec :
  - L'amélioration de la performance sur le CSE Jaune
  - L'amélioration de la performance sur le CSE Vert
  - + de recyclables dans les DM, mais par choix (simplification des consignes de tri)
  - Pas de changement significatif sur les bio-déchets



## Expérimentation n°2 de 2022





VINCI  
AUTOROUTES

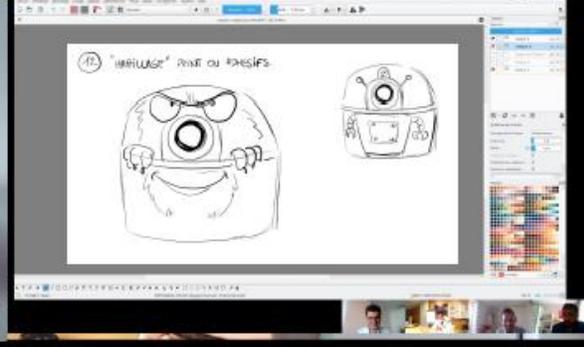
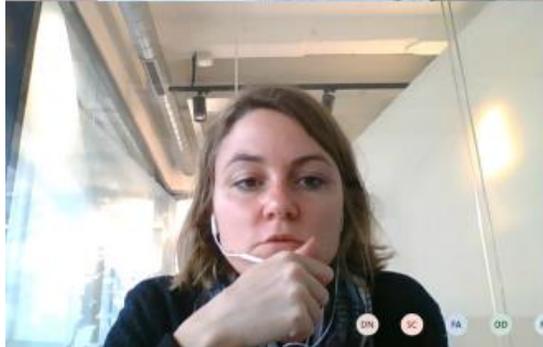
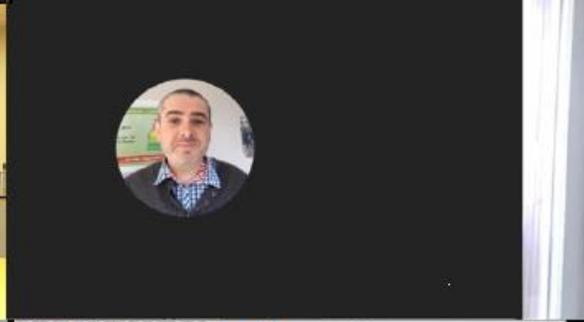
### Collecte sélective



Pour une autoroute  
zéro déchet

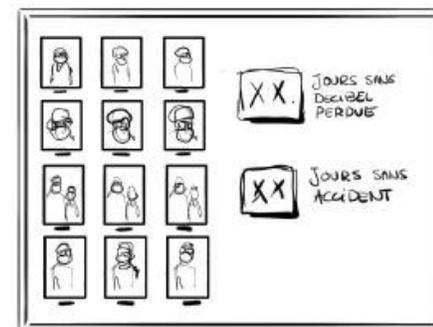
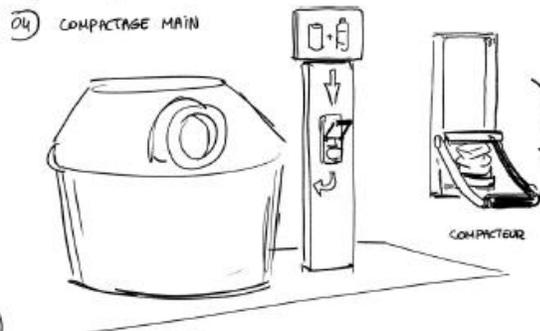
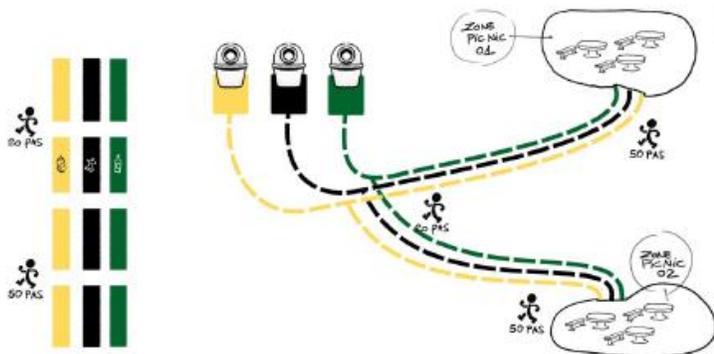
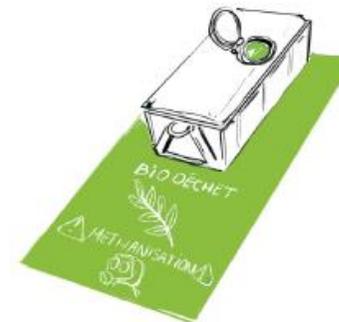
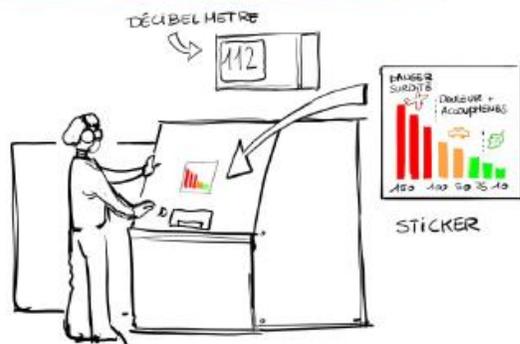
#BIENVOLAGER

# ATELIERS NUDGE LABS EN DISTANCIÉL OU EN PRÉSENTIEL



# CO-CONCEPTION

## ACCOMPAGNÉ D'UN ILLUSTRATEUR EN LIVE VISIO



# SYNTHÈSE CO-CONCEPTION & RETRAVAIL



**PLANÈTE NUDGE**

<b>NOM DU NUDGE</b>	N° - NOM Résumé du nudge en 1 phrase simple															
<b>RÉSUMÉ</b> Comportement Biais  Levier Idée	1- Comportement à changer et comportement que nous cherchons à faire adopter  2- Biais comportemental identifié contre lequel nous luttons  3- Levier à actionner pour contrer ce biais  4- Nudge que nous imaginons à partir de ce levier : architecture de choix proposée, message, design, forme, emplacement, etc...															
<b>IMAGE D'ILLUSTRATION</b>																
<b>RÉSULTATS DU SCORING</b>	<table border="1"> <tr> <td>POTENTIEL D'EFFICACITÉ</td> <td>🎯</td> <td>- %</td> <td rowspan="2">Note sur 20</td> </tr> <tr> <td>CLASSEMENT SELON LE POTENTIEL</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>SCORE SUR 66</td> <td>PTS</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>CLASSEMENT SELON LE SCORE</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>ème</td> </tr> </table>	POTENTIEL D'EFFICACITÉ	🎯	- %	Note sur 20	CLASSEMENT SELON LE POTENTIEL	-	-	SCORE SUR 66	PTS	-	-	CLASSEMENT SELON LE SCORE	-	-	ème
POTENTIEL D'EFFICACITÉ	🎯	- %	Note sur 20													
CLASSEMENT SELON LE POTENTIEL	-	-														
SCORE SUR 66	PTS	-	-													
CLASSEMENT SELON LE SCORE	-	-	ème													

**PLANÈTE NUDGE**

PORT DES PROTECTION ALPHABÉTIQUES

<b>NOM DU NUDGE</b>	FLIG GAR Bouchons bleus sur les lunettes																														
<b>RÉSUMÉ DE L'IDÉE</b>	Description : L'enseigne de la bibliothèque propose de faire passer les bouchons de lunettes en bleu pour éviter les erreurs de lecture. Les bouchons sont présentés séparément. Grâce à cela, l'enseigne de la bibliothèque propose de faire passer les bouchons de lunettes en bleu pour éviter les erreurs de lecture. Si le système permet en fait de ne présenter toujours en position relative, voir enfoncée, nous luttons aussi contre l'effet de la répétition quand le mot est enlevé pour tenir une conversation.																														
<b>IMAGES D'ILLUSTRATIONS</b>																															
<b>SCORING</b>	<table border="1"> <tr> <td>Force et originalité du nudge</td> <td></td> <td>TOTAL</td> </tr> <tr> <td>Capacité à faire évoluer le comportement</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Capacité à être efficace seul</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Capacité à faire évoluer la perception</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Faisabilité</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Coût d'implémentation potentiel</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Coût de déploiement potentiel</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Délai de mise en œuvre potentiel</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Risque d'effet rebond (Points à retrancher)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Risque d'abandon (Points à retrancher)</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Force et originalité du nudge		TOTAL	Capacité à faire évoluer le comportement			Capacité à être efficace seul			Capacité à faire évoluer la perception			Faisabilité			Coût d'implémentation potentiel			Coût de déploiement potentiel			Délai de mise en œuvre potentiel			Risque d'effet rebond (Points à retrancher)			Risque d'abandon (Points à retrancher)		
Force et originalité du nudge		TOTAL																													
Capacité à faire évoluer le comportement																															
Capacité à être efficace seul																															
Capacité à faire évoluer la perception																															
Faisabilité																															
Coût d'implémentation potentiel																															
Coût de déploiement potentiel																															
Délai de mise en œuvre potentiel																															
Risque d'effet rebond (Points à retrancher)																															
Risque d'abandon (Points à retrancher)																															

**PLANÈTE NUDGE**

5- AMPLIFICATEUR

<b>NOM DU NUDGE</b>	5- AMPLIFICATEUR Probabilité amplifier/casser passif																																	
<b>RÉSUMÉ DE L'IDÉE</b>	Nous cherchons à favoriser le respect de l'été actuel en face de chaises (Qualité) et faire passer de la ville directement connectée à la ville. Nous luttons à la fois contre la marque de visibilité et de présence des dispositifs de probabilité et contre le biais d'attention à l'effet qui consiste à ne pas faire les choses relatives entre la vitesse nous touchent et la probabilité. Le levier passe par un nudge consistant à amener les publics vers le dispositif pour bénéficier de sa fonctionnalité. Un effet, le dispositif devient un haut parleur qui permet aux visiteurs de diffuser le message de leur smartphone. Il agit ainsi en permanence à proximité de la probabilité, causant le biais d'attention à l'effet. Cette version repose sur un modèle low-tech, un amplificateur passif par Bluetooth en fait.																																	
<b>IMAGES D'ILLUSTRATIONS</b>																																		
<b>SCORING</b>	<table border="1"> <tr> <td>Force et originalité du nudge</td> <td></td> <td>TOTAL</td> </tr> <tr> <td>Capacité à faire évoluer le comportement</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Capacité à être efficace seul</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Capacité à faire évoluer la perception</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Faisabilité</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Coût d'implémentation potentiel</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Potential de déploiement dans d'autres écoles</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Coût de déploiement potentiel</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Délai de mise en œuvre potentiel</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Risque d'effet rebond (Points à retrancher)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Risque d'abandon (Points à retrancher)</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Force et originalité du nudge		TOTAL	Capacité à faire évoluer le comportement			Capacité à être efficace seul			Capacité à faire évoluer la perception			Faisabilité			Coût d'implémentation potentiel			Potential de déploiement dans d'autres écoles			Coût de déploiement potentiel			Délai de mise en œuvre potentiel			Risque d'effet rebond (Points à retrancher)			Risque d'abandon (Points à retrancher)		
Force et originalité du nudge		TOTAL																																
Capacité à faire évoluer le comportement																																		
Capacité à être efficace seul																																		
Capacité à faire évoluer la perception																																		
Faisabilité																																		
Coût d'implémentation potentiel																																		
Potential de déploiement dans d'autres écoles																																		
Coût de déploiement potentiel																																		
Délai de mise en œuvre potentiel																																		
Risque d'effet rebond (Points à retrancher)																																		
Risque d'abandon (Points à retrancher)																																		

**PLANÈTE NUDGE**

3- GREEN MARQUE

<b>NOM DU NUDGE</b>	3- GREEN MARQUE Marché en guère																																	
<b>RÉSUMÉ DE L'IDÉE</b>	Nous cherchons à réduire les problèmes de propreté liés à l'absence de déchets. Les enfants sont encouragés à s'occuper les pieds, et le rappel de la consigne en permanence ou de faire évoluer les chaussures à + ou - de enfants par classe et par semaine pour les enseignants. Le levier choisi est de faire passer les enfants à des jeux qui vont leur faire se sentir les pieds sont une surface à nettoyer de nettoyer leur chaussures, grâce à un nudge comportemental. Il s'agit d'une manière visible sur une surface personnelle qui nettoie tout au long de la journée et la possibilité de les chaussures.																																	
<b>IMAGES D'ILLUSTRATIONS</b>																																		
<b>SCORING</b>	<table border="1"> <tr> <td>Force et originalité du nudge</td> <td></td> <td>TOTAL</td> </tr> <tr> <td>Capacité à faire évoluer le comportement</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Capacité à être efficace seul</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Capacité à faire évoluer la perception</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Faisabilité</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Coût d'implémentation potentiel</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Potential de déploiement dans d'autres écoles</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Coût de déploiement potentiel</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Délai de mise en œuvre potentiel</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Risque d'effet rebond (Points à retrancher)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Risque d'abandon (Points à retrancher)</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Force et originalité du nudge		TOTAL	Capacité à faire évoluer le comportement			Capacité à être efficace seul			Capacité à faire évoluer la perception			Faisabilité			Coût d'implémentation potentiel			Potential de déploiement dans d'autres écoles			Coût de déploiement potentiel			Délai de mise en œuvre potentiel			Risque d'effet rebond (Points à retrancher)			Risque d'abandon (Points à retrancher)		
Force et originalité du nudge		TOTAL																																
Capacité à faire évoluer le comportement																																		
Capacité à être efficace seul																																		
Capacité à faire évoluer la perception																																		
Faisabilité																																		
Coût d'implémentation potentiel																																		
Potential de déploiement dans d'autres écoles																																		
Coût de déploiement potentiel																																		
Délai de mise en œuvre potentiel																																		
Risque d'effet rebond (Points à retrancher)																																		
Risque d'abandon (Points à retrancher)																																		

**PLANÈTE NUDGE**

STICK-UP

<b>NOM DU NUDGE</b>	STICK-UP Affichage stickers sur machines																																	
<b>RÉSUMÉ DE L'IDÉE</b>	Description : Une version simple qui permet d'afficher une mesure et marque à l'usage d'une machine, dans l'école. L'objectif de ces stickers est de mettre en avant le risque potentiel, mais également en rendre plus visibles. Nous pourrions également les utiliser dans les salles de classe à usage pédagogique.																																	
<b>IMAGES D'ILLUSTRATIONS</b>																																		
<b>SCORING</b>	<table border="1"> <tr> <td>Force et originalité du nudge</td> <td></td> <td>TOTAL</td> </tr> <tr> <td>Capacité à faire évoluer le comportement</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Capacité à être efficace seul</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Capacité à faire évoluer la perception</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Faisabilité</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Coût d'implémentation potentiel</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Potential de déploiement dans d'autres écoles</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Coût de déploiement potentiel</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Délai de mise en œuvre potentiel</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Risque d'effet rebond (Points à retrancher)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Risque d'abandon (Points à retrancher)</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Force et originalité du nudge		TOTAL	Capacité à faire évoluer le comportement			Capacité à être efficace seul			Capacité à faire évoluer la perception			Faisabilité			Coût d'implémentation potentiel			Potential de déploiement dans d'autres écoles			Coût de déploiement potentiel			Délai de mise en œuvre potentiel			Risque d'effet rebond (Points à retrancher)			Risque d'abandon (Points à retrancher)		
Force et originalité du nudge		TOTAL																																
Capacité à faire évoluer le comportement																																		
Capacité à être efficace seul																																		
Capacité à faire évoluer la perception																																		
Faisabilité																																		
Coût d'implémentation potentiel																																		
Potential de déploiement dans d'autres écoles																																		
Coût de déploiement potentiel																																		
Délai de mise en œuvre potentiel																																		
Risque d'effet rebond (Points à retrancher)																																		
Risque d'abandon (Points à retrancher)																																		

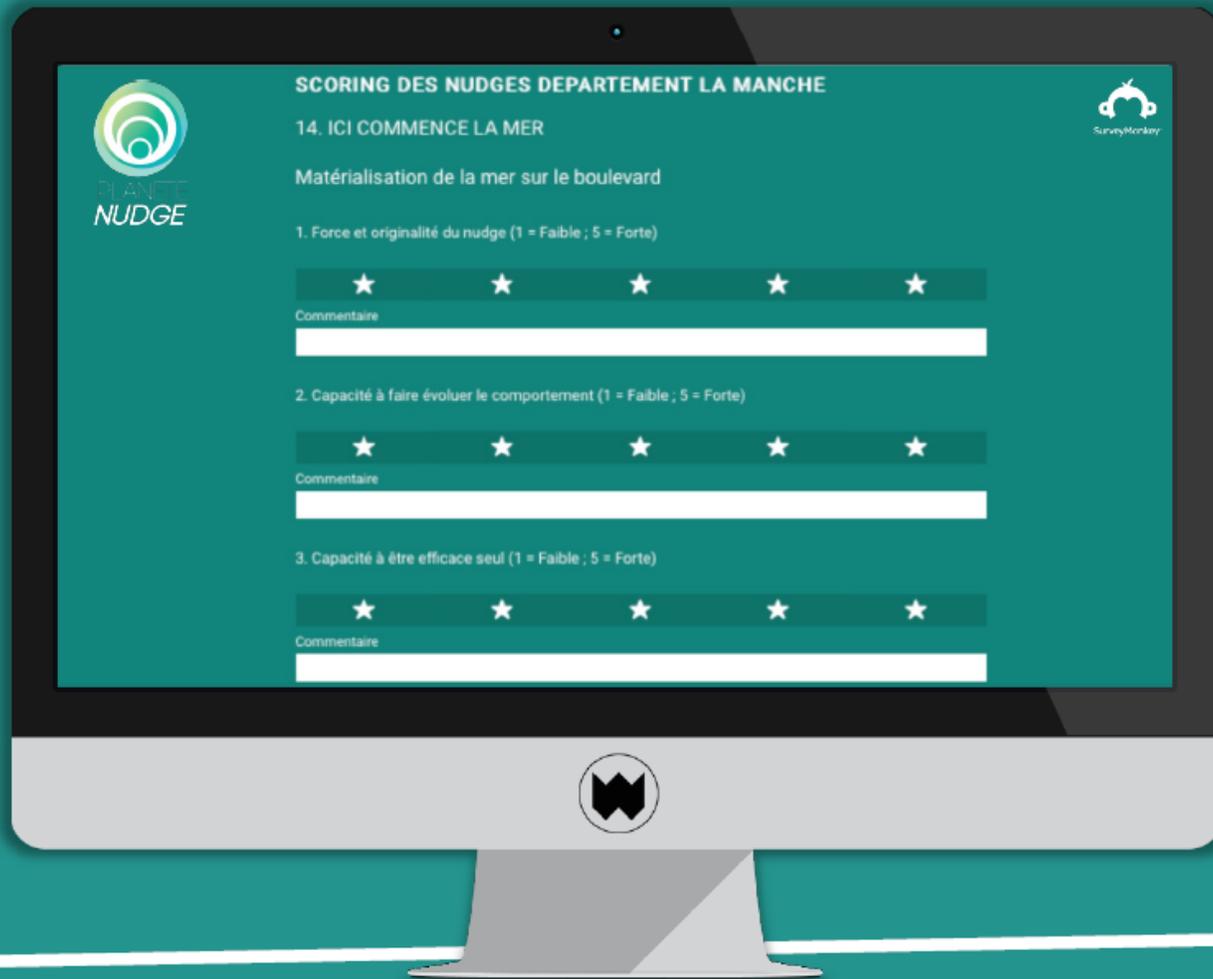
**CO-CONCEPTION**  
ADDITIONNEL D'UN ILLUSTRATEUR EN LIVRE

Capture d'écran et croquis

Capture enregistrée dans le Presse-papiers  
Sélectionner ici pour annoter et partager l'impression

# SCORING

## SUR L'OUTIL NUMÉRIQUE DE PLANÈTE NUDGE



PLANÈTE NUDGE			
SCORING			
☆☆☆☆☆			
Force & originalité du nudge Impact	Capacité à être efficace seul Puissance		
Capacité à faire évoluer le comportement Engagement	Capacité à être associé à d'autres nudges Cumulabilité		
Capacité à faire évoluer la perception Information/Sensibilisation	Potentiel de déclinabilité Élasticité		
POTENTIEL D'EFFICACITÉ	%	CLASSEMENT SELON LE POTENTIEL	-
Facilité Faisabilité	Potentiel de déploiement Scalabilité		
Coût d'expérimentation Faisabilité	Coût de déploiement Faisabilité		
Délai d'expérimentation Faisabilité	Délai de déploiement Faisabilité		
Capacité d'évaluation en expérimentation Mesurabilité	Capacité d'évaluation en déploiement Mesurabilité / Baromètrabilité		
Risque d'érosion (Points retranchés x2) Durabilité	Risque d'effet rebond (Points retranchés x2) Dangerosité		
SCORE SUR 66	PTS	CLASSEMENT SELON LE SCORE	-
NOTE		POSITION	
- sur 20		- ème	

# LE NUDGE BOOK SCORÉ

## LE LIVRABLE



### PLANÈTE NUDGE

**NOM DU NUDGE**  
26 - BIG BULOT  
Sculpture géante & microplastique

**RÉSUMÉ DE L'IDÉE**  
Nous cherchons à lutter contre le jet des déchets plastiques sur les abords du port et les trottoirs de Granville.  
Nous luttons contre le biais de l'aveuglement à l'effort qui consiste à ne pas se rendre jusqu'à une possibilité pour jeter ses déchets (grand public), mais également pour les pêcheurs qui ne raisonnent pas les plus petits bouts de filets et films plastiques qui traînent au sol sur le quai de la zone professionnelle.  
Nous capitalisons sur le levier émotionnel en valorisant le bulot, mais surtout sur un levier cognitif en montrant comment un microplastique peut entrer dans un bulot avant de finir dans notre assiette.  
Pour cela, nous créons cette sculpture majestueuse du bulot à côté de laquelle nous réalisons (à la même échelle et de façon proportionnelle), un microplastique. Le dispositif s'accompagne d'un panneau de sensibilisation.

**IMAGES D'ILLUSTRATIONS**

**SCORING**

Force et originalité du nudge	POTENTIEL D'EFFICACITÉ	94,7%	NOTE
Capacité à faire évoluer le comportement	CLASSEMENT SELON LE POTENTIEL	1	<b>13,7 sur 20</b>
Capacité à être efficace sans	Facilité		
Capacité à être perçue positivement	Coût d'implémentation potentiel		<b>POSITION</b>
Possibilité	Potential de déploiement		
Coût d'implémentation potentiel	NOTE SUR 43	25,8	<b>2<sup>ème</sup></b>
Potential de déploiement	CLASSEMENT SELON LA NOTE	7	

### PLANÈTE NUDGE

**NOM DU NUDGE**  
16 - FLUX-ID  
Matériel adapté à chaque flux

**RÉSUMÉ DE L'IDÉE**  
Nous cherchons à améliorer la qualité du tri au sein des logements pour optimiser la recyclabilité matière.  
Nous luttons contre le biais qui consiste à ne pas trier ses déchets par manque de matériel adapté.  
Nous travaillons ici avec comme levier la simplification/clarification du matériel et son adaptation aux volumes/flux produits par les clients selon la répartition à laquelle nous voulons les amener.  
La simplification passe par la taille des matériaux et leurs couleurs, cohérentes avec l'harmonisation des consignes de tri en cours sur le territoire national.  
Quand l'espace dans le placard de cuisine le permet, 2 poubelles sont mises à disposition (celle existante est réaffectée aux emballages avec un sac jaune, et une pour les OMI est ajoutée avec un sac noir).

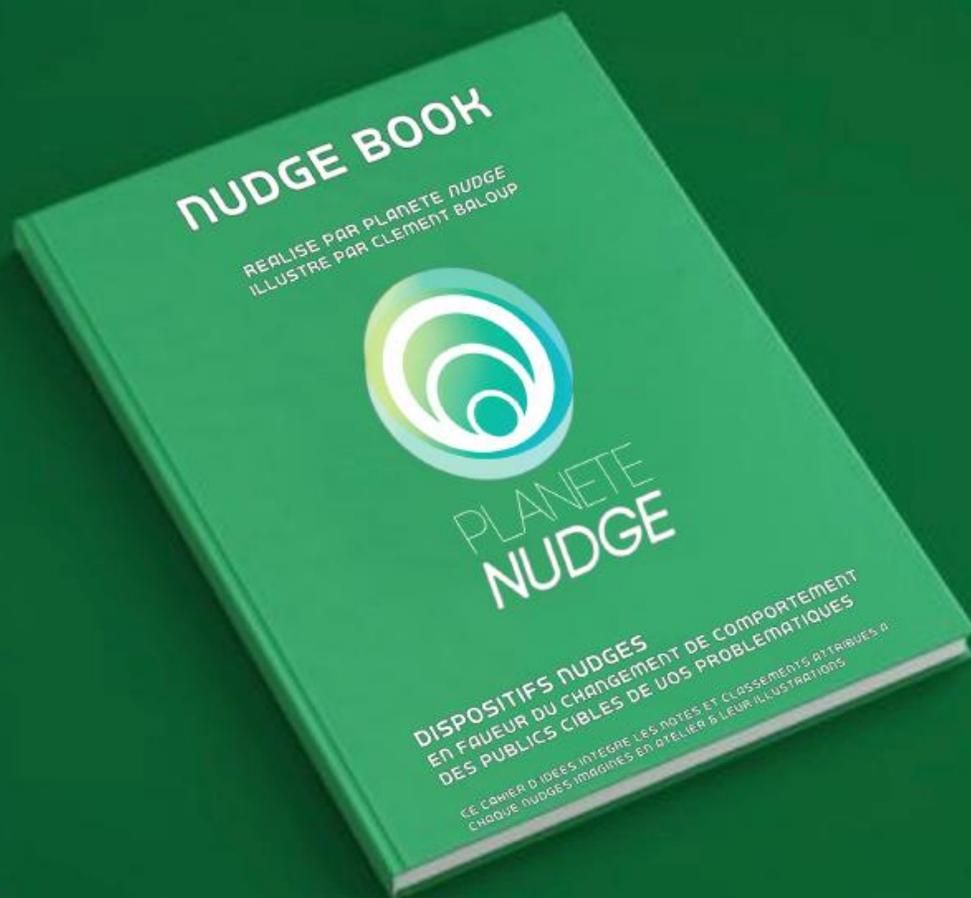
**IMAGES D'ILLUSTRATIONS**

**SCORING**

Force et originalité du nudge	POTENTIEL D'EFFICACITÉ	80,0%	NOTE
Capacité à faire évoluer le comportement	CLASSEMENT SELON LE POTENTIEL	13	<b>11,6 sur 20</b>
Capacité à être efficace sans	Possibilité		
Capacité à être perçue positivement	Coût d'implémentation potentiel		<b>POSITION</b>
Possibilité	Potential de déploiement		
Coût d'implémentation potentiel	NOTE SUR 43	24,9	<b>14<sup>ème</sup></b>
Potential de déploiement	CLASSEMENT SELON LA NOTE	14	

# SÉLECTION

GRÂCE AU SCORING & À L'ANALYSE DE PLANÈTE NUDGE



### SYNTHÈSE DU SCORING TABLEAU RÉCAPITULATIF

	POTENTIEL D'EFFICACITÉ	SCORE SUR 43	SCORE SUR 20	CLASSEMENT EFFICACITÉ	CLASSEMENT SCORING	CLASSEMENT GÉNÉRAL
NUDGE 1	64,7	35,4	11,8	16	11	14
NUDGE 2	65,7	38,8	13,0	14	9	7
NUDGE 3	71,9	34,4	11,4	7	13	9
NUDGE 4	70,2	34,0	11,2	8	15	11
NUDGE 5	71,9	27,3	9,9	7	21	19
NUDGE 6	68,0	23,9	11,1	13	17	18
NUDGE 7	60,9	22,1	10,5	19	18	20
NUDGE 8	69,7	25,8	12	12	10	10
NUDGE 9	69,7	27,9	10,2	20	19	21
NUDGE 10	85,0	32,8	15,2	1	1	1
NUDGE 11	70,0	26,4	12,5	10	7	8
NUDGE 12	73,9	27,8	10,1	5	20	12
NUDGE 13	75,0	30,8	14,0	2	2	2
NUDGE 14	74,0	26,7	12,4	4	5	4
NUDGE 15	62,5	26,2	12,2	18	8	13
NUDGE 16	65,6	24,7	11,3	15	14	17
NUDGE 17	73,0	26,8	12,1	8	9	9
NUDGE 18	75,6	27,8	13	5	4	3
NUDGE 19	70,0	26,4	12,3	10	6	5
NUDGE 20	63,9	25,1	11,9	17	12	16
NUDGE 21	90,7	24,0	11,1	21	16	19

### SYNTHÈSE DES NUDGES RECOMMANDATION PLANÈTE NUDGE

#### COMPORTEMENT RESPECTUEUX DE LA PROPRETÉ, LA COUR, & DE L'EAU DE LA FONTAINE

NUDGE 2 GREEN MARQUE  
NUDGE 10 JARDINES JUNIOR  
NUDGE 11 FONTAINE CHALLENGE

#### COMPORTEMENT RESPECTUEUX DE LA ZONE MIXTE ET DE LA ZONE PUBLIQUE

NUDGE 13 GREEN ZONE  
NUDGE 14 BULLES DE BD  
NUDGE 15 BACHE DES BIC

#### COMPORTEMENT D'ACCEPTATION DE LA VÉGÉTALISATION & DE LA PERMÉABILISATION

NUDGE 18 THERMO-MATRINS  
OPTION NUDGE 17 AQUA PERMA

# DISPOSITIFS SELECTIONNÉS

25 NUDGES IMAGINÉS EN NUDGE LAB DANS LE NUDGE BOOK, 1 DISPOSITIF EXPÉRIMENTÉ COMPOSÉ DE 3 NUDGES

## PLANETE NUDGE

<b>NOM DU NUDGE</b>	9- TRI WALK Cheminement tracé vers les CSE			
<b>RÉSUMÉ DE L'IDÉE</b>	<p>Nous luttons contre le biais d'identifier où sont les CSE, de la distance à parcourir avant d'arriver aux CSE, et de devoir se poser la question du bon CSE/flux une fois au pied de celui-ci.</p> <p>La solution proposée consiste à mettre en place un marquage au sol permettant de guider les clients vers la zone de tri.</p> <p>L'idée est de bénéficier du cheminement, depuis les zones de pique-nique et les parkings (souvent éloignés des plateformes de tri).</p> <p>Pour aider au choix du CSE dans laquelle on doit jeter son déchet, sont dessinés les déchets admissibles pour chaque flux, dans la bonne couleur. Le tracé indique le nombre de pas qu'il reste à faire avant d'arriver au CSE, et est accompagné d'une formule nudge (ex : "plus que 20 pas restants.")</p>			
<b>IMAGES D'ILLUSTRATIONS</b>				
<b>SCORING</b>	Forme et originalité du nudge	POTENTIEL D'EFFICACITÉ	16	NOTE
☆☆☆☆☆	Capacité à faire évoluer le comportement	CLASSEMENT SELON LE POTENTIEL	2	
	Capacité à être efficace seul	CLASSEMENT SELON LE POTENTIEL	2	
	Capacité à faire évoluer la perception	CLASSEMENT SELON LE POTENTIEL	2	
	Faisabilité	CLASSEMENT SELON LE POTENTIEL	2	
	Coeff. d'expérimentation potentiel	NOTE SUR 43	29	POSITION
Potentiel de déploiement sur une aire de service	CLASSEMENT SELON LA NOTE	1	1 <sup>er</sup>	er
Coeff. de déploiement potentiel	CLASSEMENT SELON LA NOTE	1		
Délai de mise en œuvre potentiel	CLASSEMENT SELON NIVEAU D'IMPORTANCE	1		
Risque d'effet rebond (Points à retrancher)	CLASSEMENT SELON NIVEAU D'URGENCE	2		
Risque d'érosion (Points à retrancher)	CLASSEMENT SELON NIVEAU D'URGENCE	2		

## PLANETE NUDGE

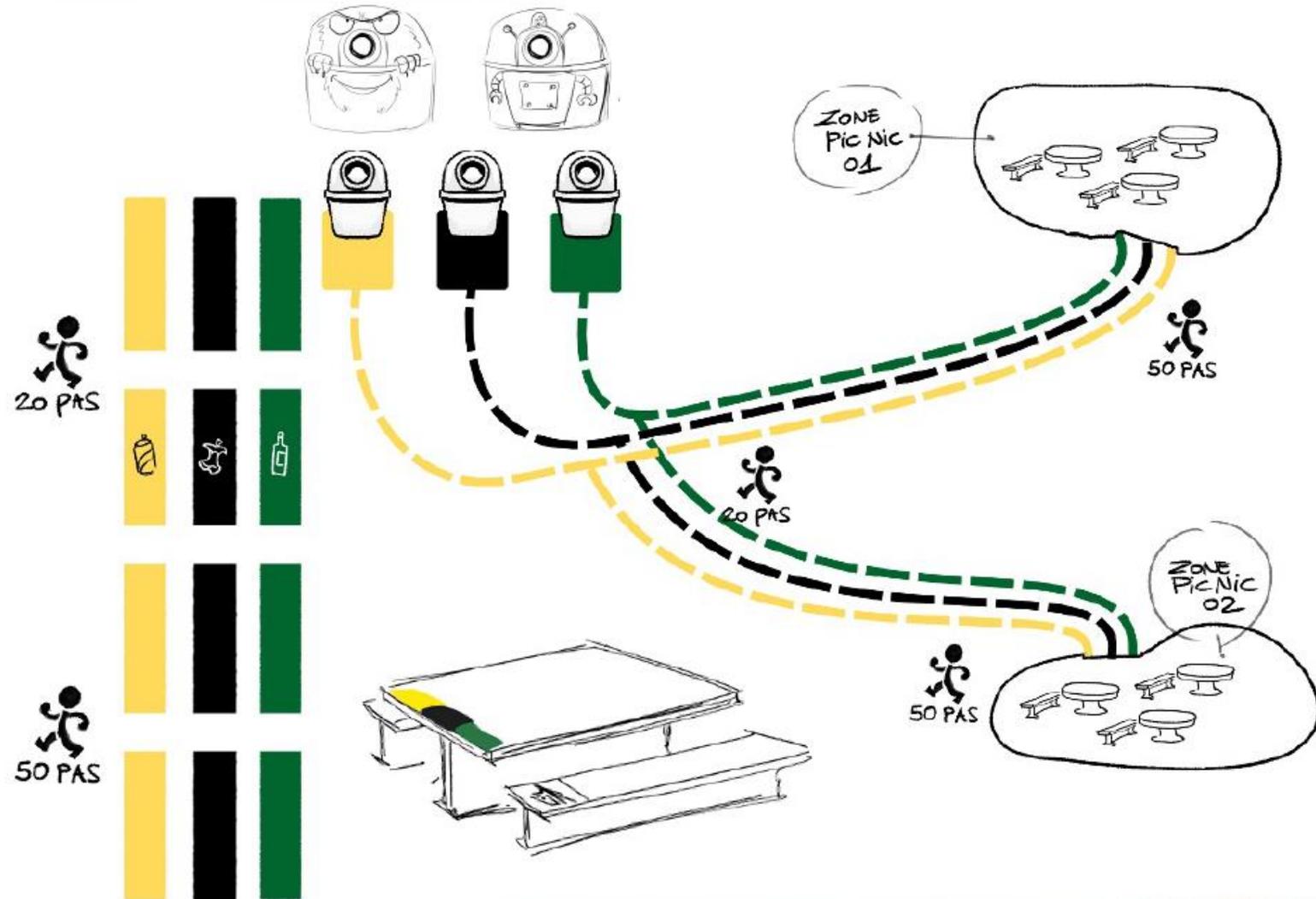
<b>NOM DU NUDGE</b>	10- MONSTERS Habillage des CSE façon monstres			
<b>RÉSUMÉ DE L'IDÉE</b>	<p>Nous luttons contre le biais que les CSE ne sont pas esthétiques, peu attrayants et sales.</p> <p>Le levier consiste à rendre plus esthétiques et attrayants les CSE avec des habillages.</p> <p>Ici, l'option illustrée est celle d'habillages ludiques représentant des monstres ou robots. Elle cible les enfants pour en faire des moteurs de la démarche de tri.</p> <p>Les monstres seraient aux couleurs des 3 flux.</p> <p>NB : L'idéal serait de conduire une étude préalable à l'expérimentation, pour évaluer ce qui fonctionnerait le mieux sur cette cible enfants.</p>			
<b>IMAGES D'ILLUSTRATIONS</b>				
<b>SCORING</b>	Forme et originalité du nudge	POTENTIEL D'EFFICACITÉ	12,8	NOTE
☆☆☆☆☆	Capacité à faire évoluer le comportement	CLASSEMENT SELON LE POTENTIEL	10	
	Capacité à être efficace seul	CLASSEMENT SELON LE POTENTIEL	10	
	Capacité à faire évoluer la perception	CLASSEMENT SELON LE POTENTIEL	10	
	Faisabilité	CLASSEMENT SELON LE POTENTIEL	10	
	Coeff. d'expérimentation potentiel	NOTE SUR 43	24,4	POSITION
Potentiel de déploiement sur une aire de service	CLASSEMENT SELON LA NOTE	10	10 <sup>ème</sup>	ème
Coeff. de déploiement potentiel	CLASSEMENT SELON LA NOTE	10		
Délai de mise en œuvre potentiel	CLASSEMENT SELON NIVEAU D'IMPORTANCE	8		
Risque d'effet rebond (Points à retrancher)	CLASSEMENT SELON NIVEAU D'URGENCE	10		
Risque d'érosion (Points à retrancher)	CLASSEMENT SELON NIVEAU D'URGENCE	10		

## PLANETE NUDGE

<b>NOM DU NUDGE</b>	6- TRI TABLE Poubelles de tri à proximité des tables			
<b>RÉSUMÉ DE L'IDÉE</b>	<p>Nous luttons contre le biais de ne pas avoir envie de se déplacer jusqu'aux CSE et de regrouper tous ses déchets pour les jeter plus facilement.</p> <p>Positionner des poubelles de tri à proximité des tables pique-nique pour permettre aux clients de trier directement leurs déchets. Cela évitera qu'ils ne les regroupent tous dans un même sac pour l'amener à la poubelle sans les trier.</p> <p>Il est possible d'envisager des marquages et messages incitatifs sur la table et le banc pour améliorer la performance du dispositif.</p> <p>NB : Difficulté de collecte des poubelles : odeurs / gouttes</p>			
<b>IMAGES D'ILLUSTRATIONS</b>				
<b>SCORING</b>	Forme et originalité du nudge	POTENTIEL D'EFFICACITÉ	11,4	NOTE
☆☆☆☆☆	Capacité à faire évoluer le comportement	CLASSEMENT SELON LE POTENTIEL	13	
	Capacité à être efficace seul	CLASSEMENT SELON LE POTENTIEL	13	
	Capacité à faire évoluer la perception	CLASSEMENT SELON LE POTENTIEL	13	
	Faisabilité	CLASSEMENT SELON LE POTENTIEL	13	
	Coeff. d'expérimentation potentiel	NOTE SUR 43	23,4	POSITION
Potentiel de déploiement sur une aire de service	CLASSEMENT SELON LA NOTE	11	11 <sup>ème</sup>	ème
Coeff. de déploiement potentiel	CLASSEMENT SELON LA NOTE	11		
Délai de mise en œuvre potentiel	CLASSEMENT SELON NIVEAU D'IMPORTANCE	11		
Risque d'effet rebond (Points à retrancher)	CLASSEMENT SELON NIVEAU D'URGENCE	8		
Risque d'érosion (Points à retrancher)	CLASSEMENT SELON NIVEAU D'URGENCE	8		

# DISPOSITIFS SELECTIONNNÉS

3 DISPOSITIFS, 6 LEVIERS COMPORTEMENTAUX



# DISPOSITIFS SELECTIONNÉS

## 3 AXES CRÉATIFS ENVISAGÉS ET MAQUETTÉS

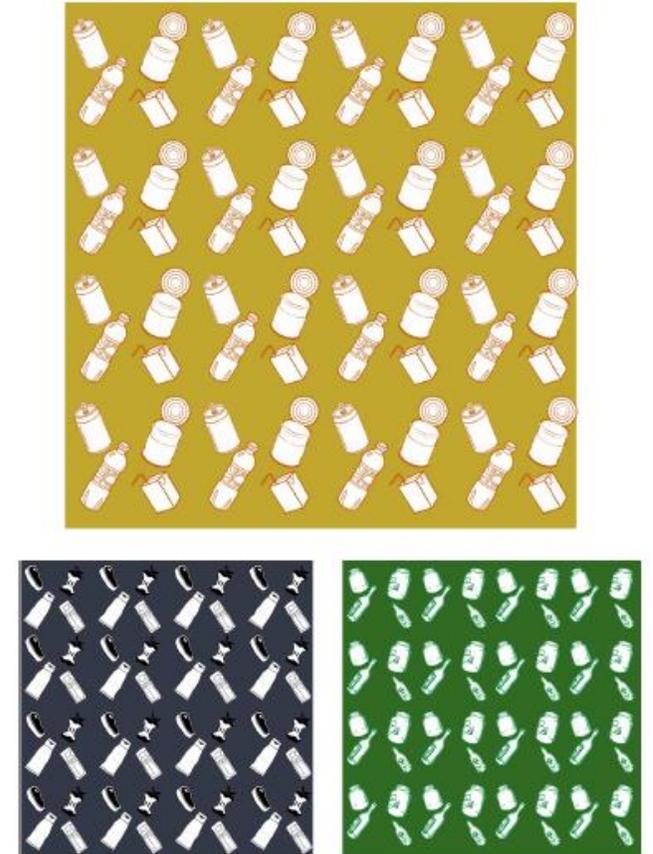
### MONSTRES



### ROBOTS

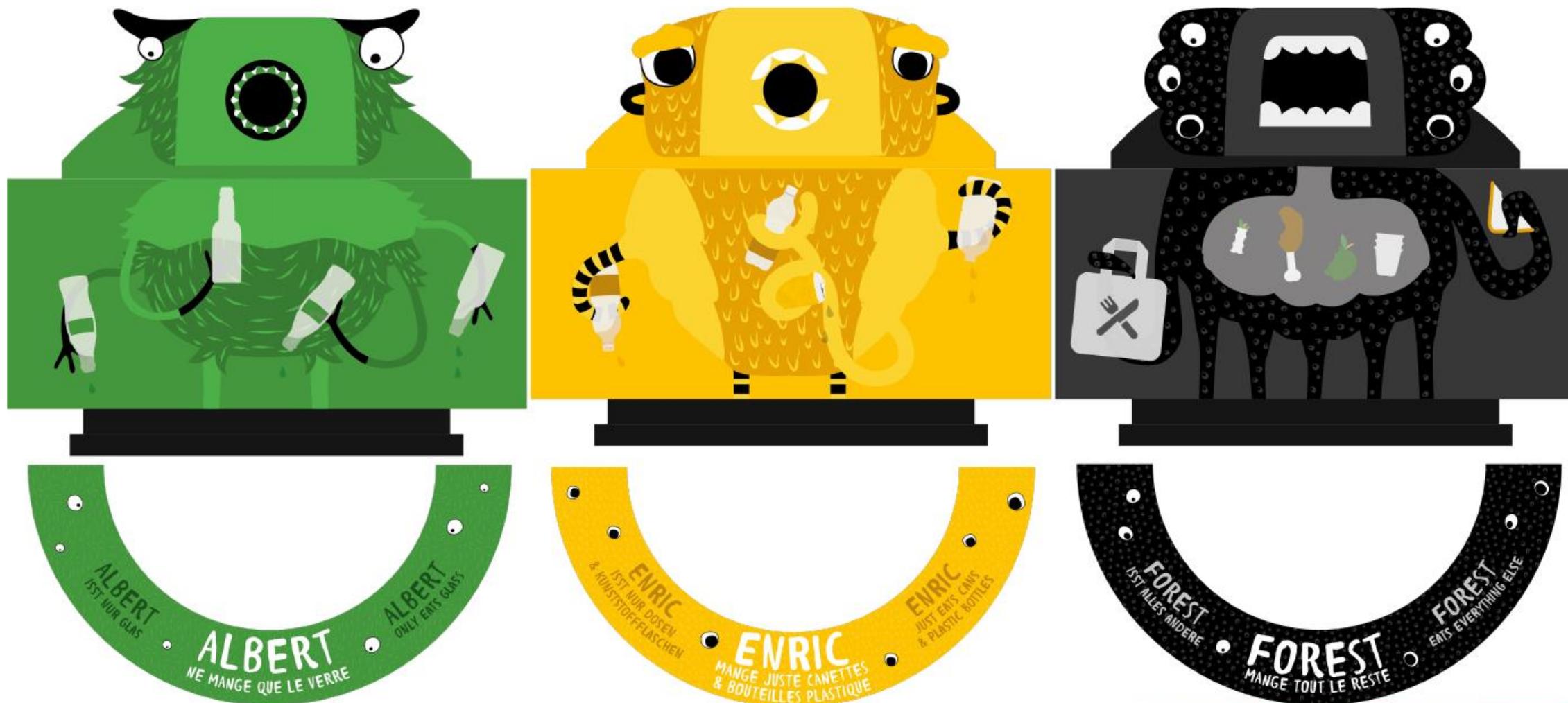


### PATTERN



# LES CRÉATIONS GRAPHIQUES

## AXE 1 : MONSTRES (NON RETENU)



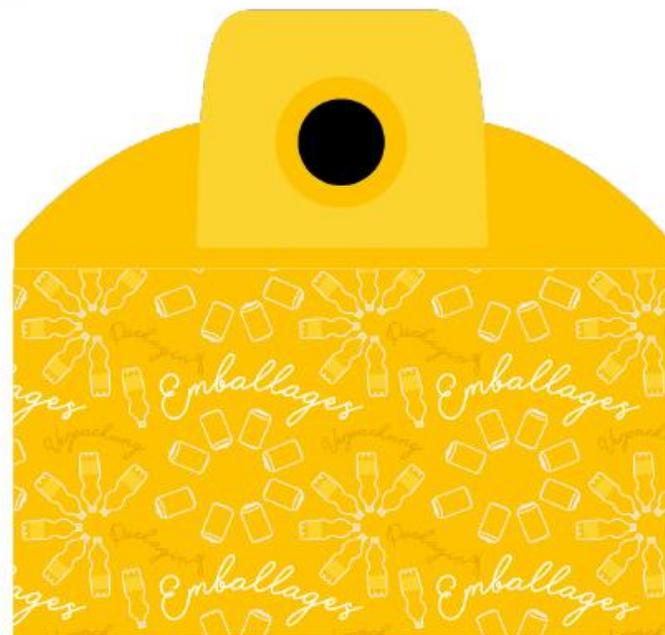
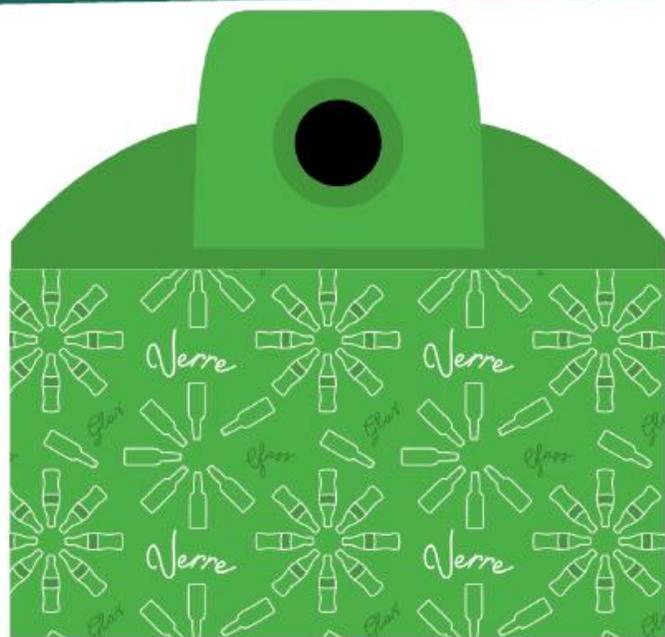
# LES CRÉATIONS GRAPHIQUES

## AXE 2 : ROBOTS DE TRI (RETENU)

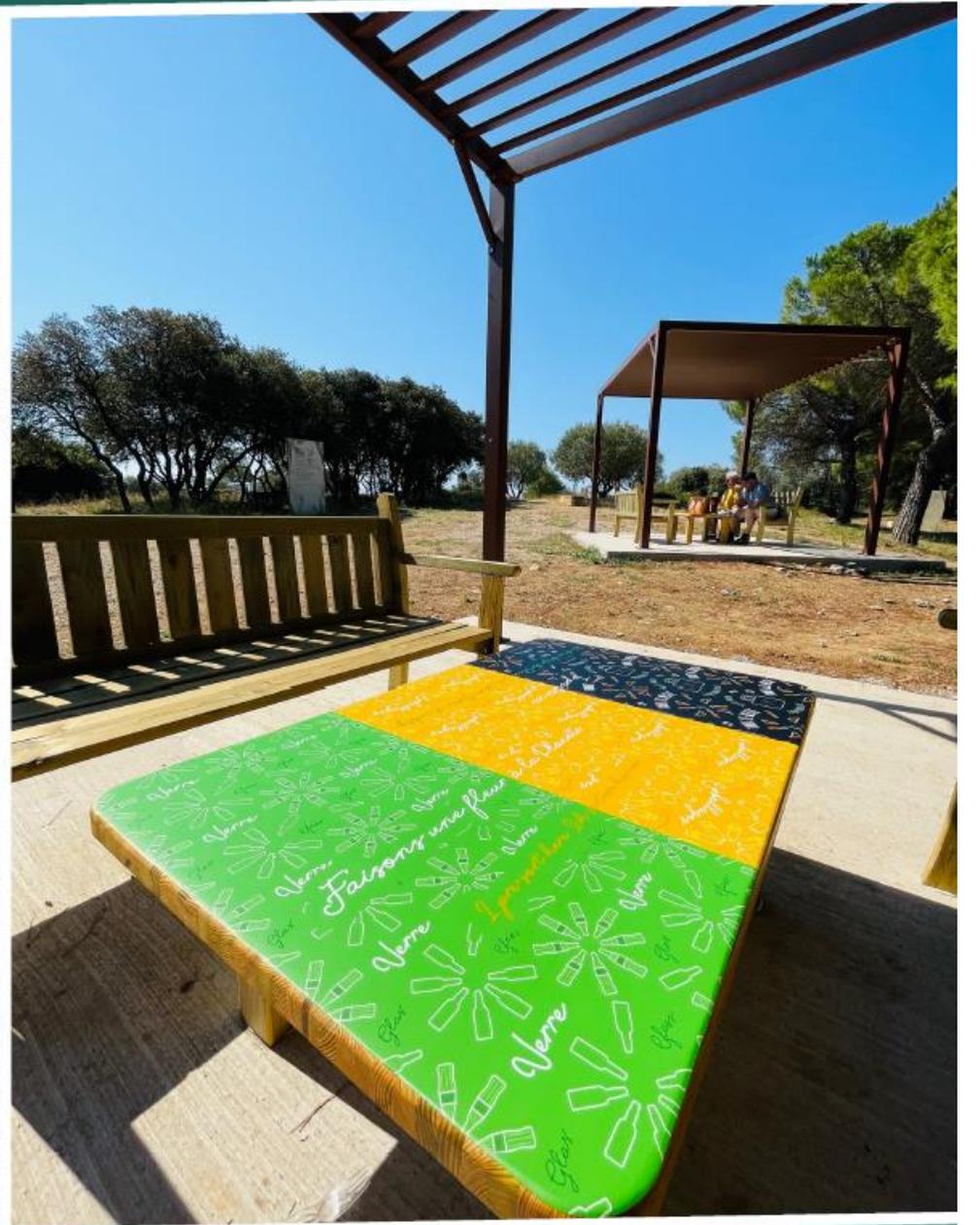


# LES CRÉATIONS GRAPHIQUES

## AXE 3 : PATTERNS (RETENU)

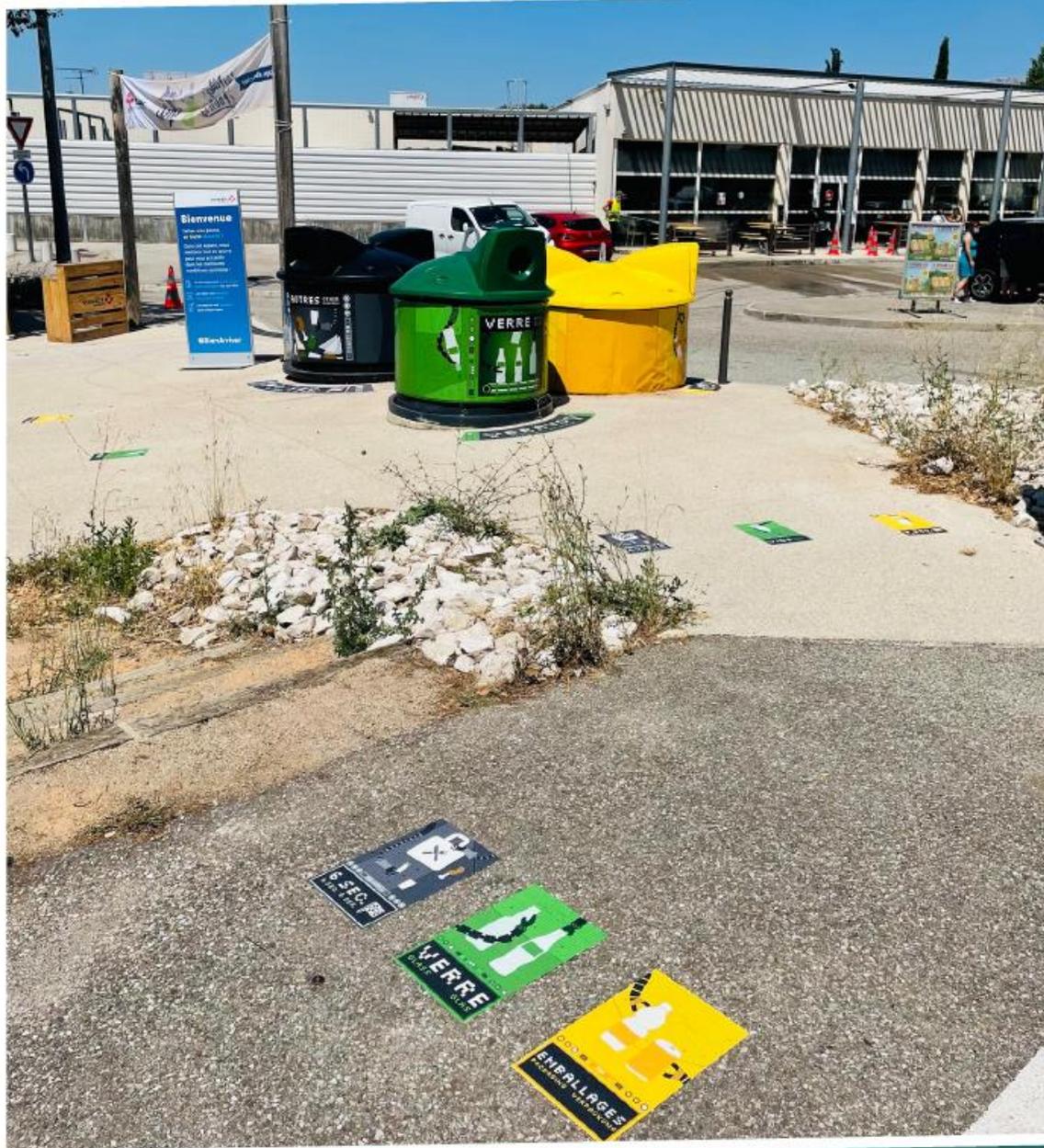












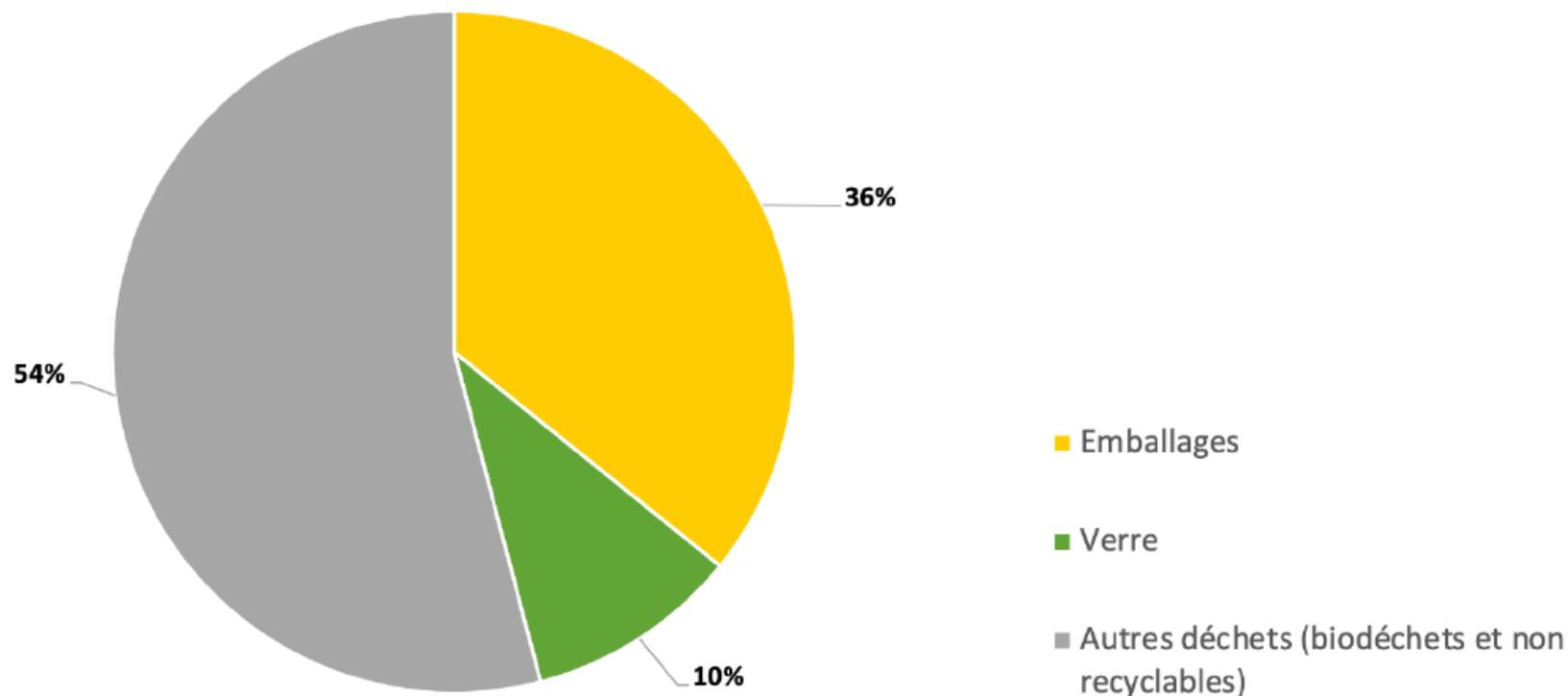
# RÉSULTATS 2021

# DES RÉSULTATS POSITIFS, UNE ATTENTE & UN AGRÉMENT CLIENTS

Caractérisation du 30/10/2018

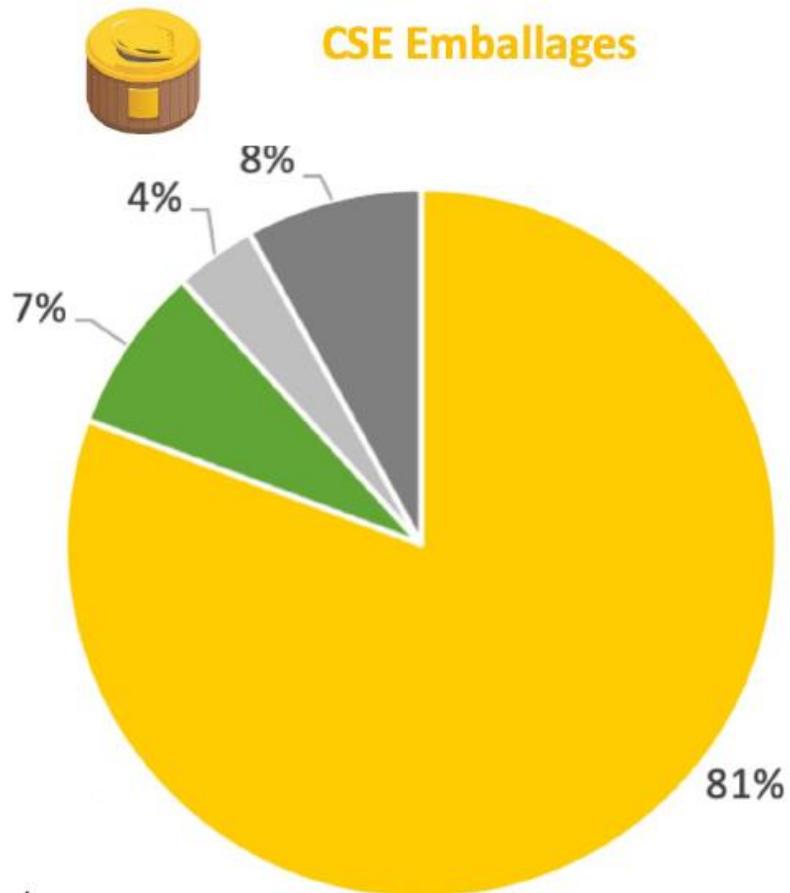


## CSE Emballages



# DES RÉSULTATS POSITIFS, UNE ATTENTE & UN AGRÉMENT CLIENTS

## Caractérisation des déchets (30/06/2021)

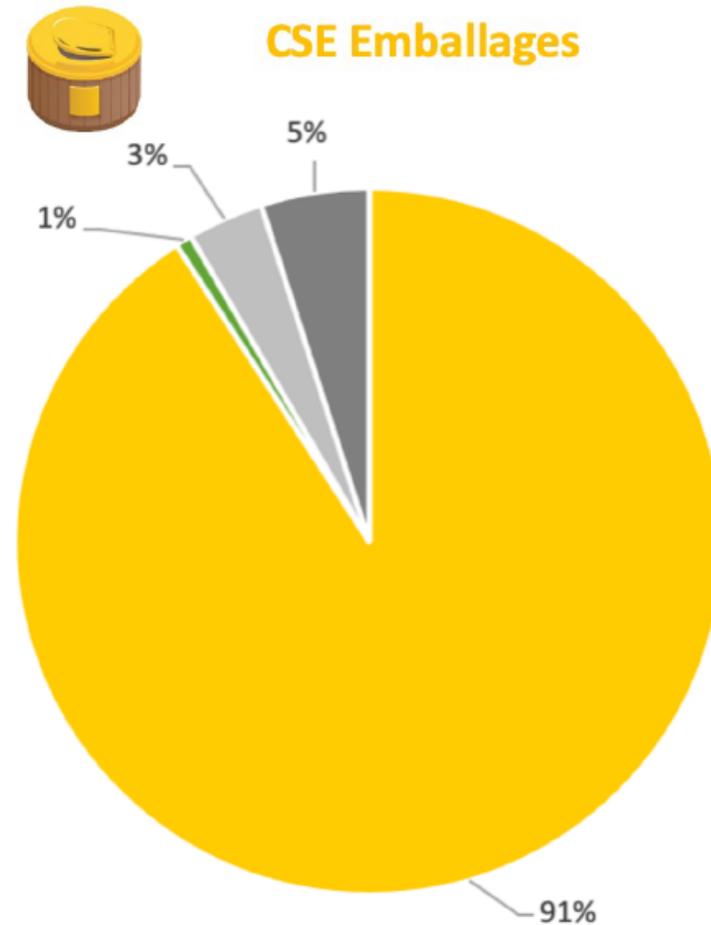


### \*Commentaire :

La caractérisation s'est faite avec un remplissage des déchets à 50% avant la pose du nudge et 50% après sa mise en place.

# DES RÉSULTATS POSITIFS, UNE ATTENTE & UN AGRÉMENT CLIENTS

Caractérisation des déchets (25/08/2021)



# ANALYSE GLOBALE DE L'EFFICACITÉ

- L'impact sur le tri est réel, avec :
  - L'amélioration de la performance sur le CSE Jaune
  - L'amélioration de la performance sur le CSE Vert
  - + de recyclables dans les OM, mais par choix (simplification des consignes de tri)
  - Pas de changement significatif sur les bio-déchets



# ANALYSE DE LA PERCEPTION CLIENT

- Quel que soit l'axe, les retours sont extrêmement positifs
  - 98% aiment le look
  - 90% déclarent que les nudges les aident à mieux trier
  - 87% souhaitent un déploiement sur toutes les aires

***L'habillage des tables c'est TOP !***

***« Plus facile, rigolote, sympa »***

***« Aide à développer la culture du tri »***

***C'est sympa , il en faudrait partout***

***« Il devrait y en avoir plus souvent »***

***« Le tri est plus facile, plus clair »***

***« C'est bon pour la planète, merci Vinci Autoroutes »***

# LES VOYANTS AU VERT

- Une efficacité réelle qui ressort de cette première expérimentation
- Des clients qui valident cet impact sur le tri
- Un agrément client très fort, et la volonté d'en voir plus



**LE RETOUR DE CETTE EXPÉRIMENTATION TRÈS FAVORABLE  
À CONTINUER & ALLER PLUS LOIN SUR L'AXE ROBOTS  
DANS LE CADRE D'UNE DEUXIÈME EXPÉRIMENTATION**



2022



# ÉVOLUTION DISPOSITIF ROBOT EXPÉRIMENTATION À L'ÉTÉ 2022



# ÉVOLUTION DISPOSITIF ROBOT EXPÉRIMENTATION À L'ÉTÉ 2022



# ÉVOLUTION DISPOSITIF ROBOI EXPÉRIMENTATION À L'ÉTÉ 2022

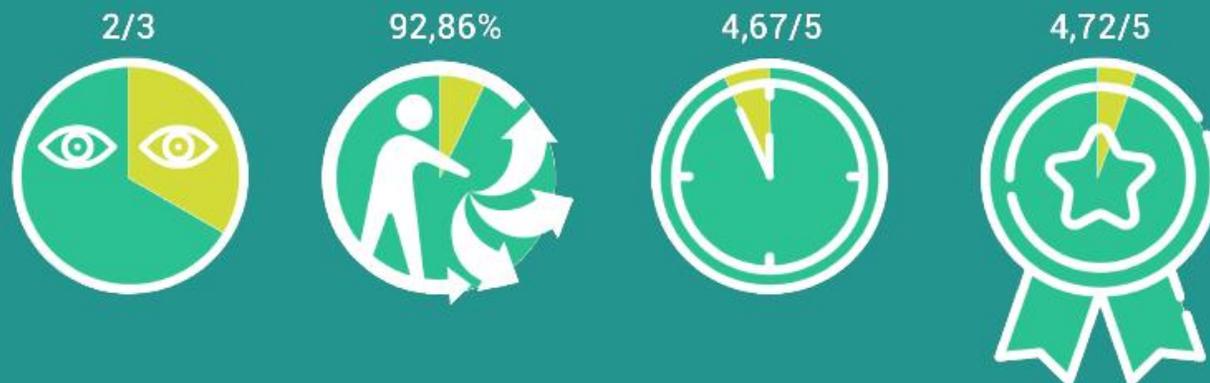


REX DE L'EXPÉRIMENTATION EN COURS

# ENSEIGNEMENTS

## QUALITATIVEMENT ENCOURAGEANT

- Amélioration du geste de tri sur certaines aires quand l'observation a été possible



- Agrément client toujours incontestable... pour ceux qui « font l'effort » de s'exprimer



# ENSEIGNEMENTS

## LA NÉCESSITÉ DE TRAVAILLER + EN COHÉRENCE AVEC LA CHARTE

- Une volonté de la direction générale sur l'ensemble des prises de parole
  - L'approche Marque prévaut à l'approche comportementale
  - Il faut être vigilant de ne pas créer des précédents
- Les 2 approches ne sont absolument pas incompatibles





# BIAIS & LEVIERS





# LEVIERS NUDGES



# LEVIERS NUDGES

## NUDGES

### COMMUNICATION INCITATIVE ECO-RESPONSABLE

Caspary    Puy-de-Dôme    Ardèche    Lot-et-Garonne    Pyrénées-Orientales    Haut-Rhône    Nord    Principauté d'Orange    Caspary

## INCITER À ECONOMISER L'EAU

NUDGES VALEURS FAIC 11

### DOUCHES INDIVIDUELLES

**AUTOCOLLANTS HÉBERGEMENTS HORS CAMPINGS**

**PRINCIPE DE CE NUDGE**

Donner une valeur de référence, qui est aussi une norme sociale, permet d'obtenir plus facilement le bon geste de la part de vos clients.

Déjà utilisé pour inciter les clients des hôtels à conserver leurs serviettes 2 nuits consécutives, ce nudge a permis de multiplier par 2 le nombre de personnes respectant cette consigne. Nous espérons obtenir le même succès en reproduisant la technique pour inciter à couper l'eau en se savonnant.

Par un souci d'éthosisme et pour s'adapter à vos lieux d'hébergements, nous avons créé une version transparente et une version sur fond blanc.

**83% DE NOS VACANCIERS COUPENT L'EAU EN SE SAVONNANT**

**83% DE NOS VACANCIERS COUPENT L'EAU EN SE SAVONNANT**

Format recommandé	Format minimum	Format maximum	Support
200 mm L x 200 mm H	150 mm L x 150 mm H	250 mm L x 250 mm H	Vierge orléanaise transparente 30 g
Façonnage	Caractéristiques	Impression	Contraintes
Laminage Lisse 100g recto - Découpe à la table	Fond perdu transparent	Nématique Quadri + Blanc de couleur Recto	Résiste à l'eau, aux produits d'entretien, aux frottements

## INCITER À RESPECTER LA NATURE ET LES LIEUX D'HÉBERGEMENT

NUDGES VALEURS FAIC 16

### GESTION DES DÉCHETS TOILETTES

**AUTOCOLLANTS ABATTANT DE TOILETTES**

**PRINCIPE DE CE NUDGE**

Aussi bien pour des questions environnementales que pour éviter les problèmes de toilettes bouchées et de fosses septiques à vider trop souvent, ce message nudge rappelle à vos clients que les déchets jetés dans les toilettes finissent dans la nature proche, celle de nos parcs naturels régionaux.

**LA NATURE COMMENCE ICI**

Format recommandé	Format minimum	Format maximum	Support
250 mm L x 300 mm H	225 mm L x 270 mm H	270 mm L x 320 mm H	Vierge orléanaise transparente 30 g
Façonnage	Impression	Contraintes	Info complémentaires
Laminage Lisse 100g recto - Découpe à la table	Nématique Quadri	Résiste à l'eau, aux produits d'entretien, aux frottements	Mesurez vos Abattants pour choisir le format

# LEVIERS NUDGES

INCITER À RESPECTER LA NATURE  
ET LES LIEUX D'HÉBERGEMENT

NUDGES VALEURS PARC 18

## PIQUE-NIQUE ZÉRO DÉCHET

SONDAGE OU MESSAGE FACEBOOK/WHATSAPP



### PRINCIPE DE CE NUDGE

Afin d'inviter vos futurs visiteurs à confectionner un pique-nique zéro déchet, nous vous invitons à leur faire parvenir une check-list, la veille de leur venue. Vous pouvez l'envoyer par SMS, WhatsApp, ou encore mieux en créant un sondage Facebook pour les inviter à cocher les cases au fur et à mesure qu'ils remplissent la check-list.

En les faisant s'engager auprès de vous via ce sondage, vous optimisez vos chances qu'ils arrivent avec tout l'équipement nécessaire pour un pique-nique zéro déchet.

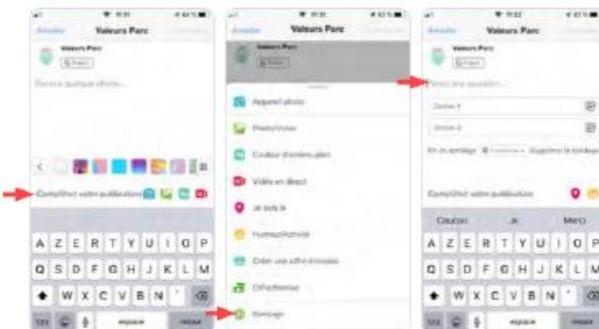
COMMENT CRÉER UN SONDAGE FACEBOOK  
OU GROUPE WHATSAPP. ÉTAPE PAR ÉTAPE,  
POUR FACILITER VOTRE TRAVAIL

INCITER À RESPECTER LA NATURE  
ET LES LIEUX D'HÉBERGEMENT

NUDGES VALEURS PARC 19

## PIQUE-NIQUE ZÉRO DÉCHET

SONDAGE FACEBOOK



LE TEXTE À FAIRE FIGURER SUR LE SONDAGE / MESSAGE  
(copier-coller depuis votre téléphone si vous le souhaitez)

Check list de l'écoleuriste responsable

Venez-vous avec (cocher les cases) ? :

- Gardiés
- Gabarets réutilisables
- Serviettes de table en tissu
- Boîtes et couverts lavables
- Zéro emballages (shops, jambon, etc...)
- De quoi ramporter mes déchets à trier (bouteilles, canettes, bouchons, nourriture, etc...)
- Je repère la zone de tri au départ de la randonnée

INCITER À RESPECTER LA NATURE  
ET LES LIEUX D'HÉBERGEMENT

NUDGES VALEURS PARC 20

## PIQUE-NIQUE ZÉRO DÉCHET

SONDAGE FACEBOOK



# LEVIERS NUDGES



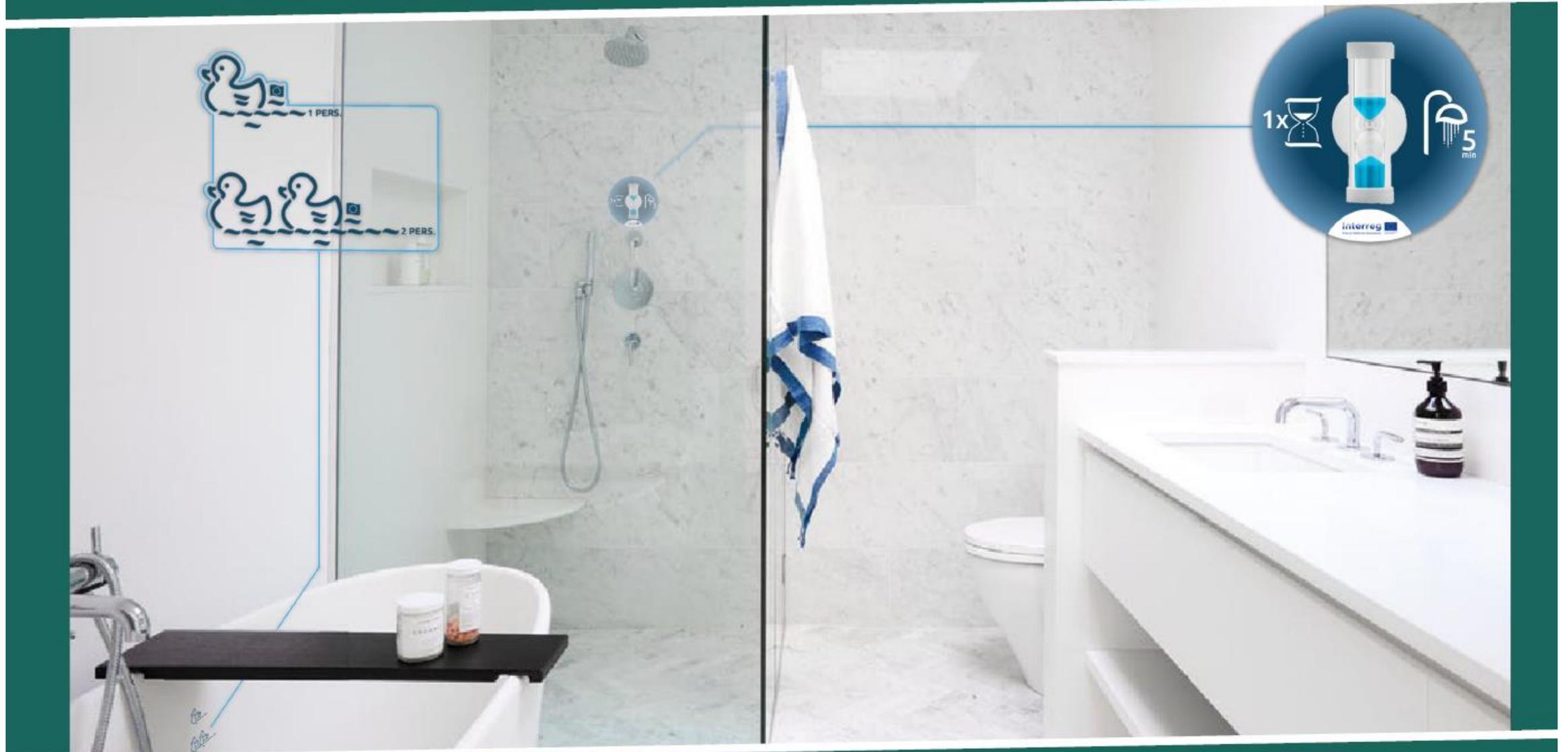
# LEVIERS NUDGES



# LEVIERS NUDGES



# LEVIERS NUDGES



# POUR PLUS D'INFORMATIONS



[facebook.com/PlaneteNudge](https://facebook.com/PlaneteNudge)



[linkedin.com/company/planete-nudge](https://linkedin.com/company/planete-nudge)



[twitter.com/PlaneteNudge](https://twitter.com/PlaneteNudge)

